

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة قسنطينة 3



كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي بصري  
قسم: الاتصال والعلاقات العامة  
رقم التسجيل:.....

## المعالجة الإعلامية للأخبار في التلفزيون الجزائري

دراسة تحليلية لمحتوى القناة التلفزيونية الرئيسية الجزائرية

أطروحة مقدمة لنيل درجة "دكتوراه علوم" في علوم الإعلام والاتصال  
الشعبة: اتصال وعلاقات عامة

إشراف:  
أ.د/ إدريس بولكعيبات

إنجاز:  
بسمة فنور

### لجنة المناقشة:

رئيساً	جامعة قسنطينة 3	أستاذ التعليم العالي	أ.د/ الطاهر أجفيم
مشرفاً ومقرراً	جامعة قسنطينة 3	أستاذ التعليم العالي	أ.د/ إدريس بولكعيبات
عضواً مناقشاً	جامعة باجي مختار عنابة	أستاذ التعليم العالي	أ.د/ سليمان رحال
عضواً مناقشاً	جامعة باجي مختار عنابة	أستاذ التعليم العالي	أ.د/ عبد الحق بن جديد
عضواً مناقشاً	جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة	أستاذ محاضر (أ)	د/ جمال بن زروق

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمَ

## شكر وتقدير

الشكر أولاً وأخيراً لله رب العالمين، الذي خلق اللوح والقلم، وخلق الخلق من عدم، ودبر الأرزاق وعلم الإنسان ما لم يعلم، الذي وفقني لإتمام هذا العمل، ومنحني من القوة والصبر ما مكّني من تجاوز الكثير من الصعوبات التي تعترض سبيل البحث العلمي....

كما أتوجه بشكر خاص إلى أستاذي ومعلمي: **الأستاذ الدكتور/ إدريس بولكعيبات** على ما بذله وقت، وما تكبّده من جهد ومشقة، في سبيل أن يرى هذا البحث النور، ويخرج على الصورة التي هو عليها، فكان سنداً لي في كل مراحل إدارته الحكيمة وإرشاداته السديدة وتوجيهاته القيمة.

وكلمة شكر لا بد منها لكل من ساعد على إنجاز هذا البحث من قريب أو من بعيد، وأخص بالذكر رئيس مصلحة الطبع والسمعي البصري بالمركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف بميلة، وكل الطلبة الذين أبدوا تعاوناً كبيراً وتفهماً وجدياً في التعاطي مع استمارة الاستبيان.....

فلهم مني خالص آيات شكري وعرفاني وتقديري...

والشكر موصول في هذا المقام لأساتذتي الذين قبلوا مناقشة هذه الرسالة

إليكم جميعاً أسمى عبارات الشكر والعرفان.

## المعالجة الإعلامية للأخبار في التلفزيون

دراسة ميدانية وتحليلية لمحتوى الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري

### فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	كلمة شكر
I	فهرس المحتويات
V	فهرس الجداول
IX	الملخصات
أ	مقدمة
<b>الفصل الأول: الإطار النظري والإجراءات المنهجية</b>	
1	أولاً: الإطار النظري
2	1. مشكلة الدراسة.
9	2. أهمية الدراسة.
9	3. أسباب اختيار الموضوع.
11	4. أهداف الدراسة.
11	5. الدراسات السابقة.
27	6. فرضيات الدراسة.
28	7. تحديد أهم المفاهيم للدراسة.
28	1.7 الخبر التلفزيوني.
29	2.7 النشرة الإخبارية.
33	3.7 معالجة الأخبار.
37	8. نظرية الأجندة كمنظور للدراسة.
58	ثانياً: الإجراءات المنهجية
58	1. المنهج المتبع في الدراسة.
60	2. مجالات الدراسة.
60	1.2 المجال الزمني.
60	2.2 المجال المكاني.
62	3. مجتمع البحث وعينته.

62	1.3 مجتمع البحث.
64	2.3 عينة البحث.
65	3.3 حجم وطبيعة العينة.
69	4. أدوات جمع البيانات.
69	1.4 أداة تحليل المحتوى.
75	2.4 أداة الاستبيان.
<b>الفصل الثاني: نشرات الأخبار في التلفزيون</b>	
85	أولاً: الأخبار التلفزيونية
85	1. الأخبار التلفزيونية النشأة والتطور
87	2. عناصر ومميزات الخبر التلفزيوني.
90	3. القيم الإخبارية في الخبر التلفزيوني.
95	4. قوالب وأشكال الخبر التلفزيوني.
100	5. مصادر الخبر التلفزيوني.
103	6. تحرير الخبر التلفزيوني.
105	7. مكونات الخبر التلفزيوني ووحدات بنائه.
108	8. أنواع البرامج الإخبارية.
111	ثانياً: نشرات الأخبار في التلفزيون
111	1. العوامل التي تتحكم في انتقاء الأخبار التلفزيونية.
114	2. التغطية الإعلامية للأخبار في التلفزيون.
117	3. بناء نشرات أخبار التلفزيون.
129	4. أنواع نشرات الأخبار في التلفزيون.
130	5. أنواع الأخبار في نشرات الأخبار التلفزيونية.
135	6. جمهور الأخبار.
<b>الفصل الثالث: النظم الإعلامية والأخبار في التلفزيون الجزائري</b>	
147	أولاً: النظم الإعلامية
147	1. النظم الإعلامية الكلاسيكية.
154	2. النظام العالمي الإعلامي الجديد.
156	3. النظم الإعلامية العربية.

160	4. النظام الإعلامي في الجزائر.
160	1.4 ظهور الصحافة في الجزائر.
162	2.4 قطاعات الإعلام في الجزائر بعد عام 1989.
165	3.4 أهم مميزات النظام الإعلامي في الجزائر.
166	ثانيا: التلفزيون الجزائري
166	1. نشأة وتطور التلفزيون.
168	2. نشأة وتطور التلفزيون الجزائري.
176	3. الخصائص الإعلامية للتلفزيون.
179	4. تسيير وتنظيم المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري.
181	5. وظائف التلفزيون الجزائري.
186	6. عملية البرمجة في التلفزيون الجزائري.
195	7. الأخبار في التلفزيون الجزائري.
195	1.7 الأخبار المقدمة في التلفزيون الجزائري قبل سنة 1989.
198	2.7 الأخبار في التلفزيون الجزائري بعد سنة 1989.
199	3.7 الأخبار في التلفزيون الجزائري حاليا.
<b>الفصل الرابع: عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة التحليلية</b>	
210	المحور 01: وصف عام لنشرات الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري
215	المحور 02: ترتيب الأخبار في أجندة أولويات نشرة أخبار الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري.
246	المحور 03: المعالجة الإعلامية لأخبار نشرات الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري.
<b>الفصل الخامس: عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة اميدانية</b>	
282	المحور 01: وصف عينة الدراسة
285	المحور 02: عادات وأنماط مشاهدة الأخبار التلفزيونية
306	المحور 03: ترتيب الأخبار التلفزيونية حسب أولويات الجمهور
324	المحور 04: اتجاهات الجمهور من مضمون نشرة أخبار الثامنة في التلفزيون الجزائري

الفصل السادس: النتائج العامة للدراسة.	
339	1. النتائج العامة للدراسة التحليلية.
348	2. النتائج العامة للدراسة الميدانية.
353	3. العلاقة بين نتائج الدراسة التحليلية ونتائج الدراسة الميدانية.
356	4. النتائج على ضوء الدراسات السابقة.
360	5. النتائج على ضوء الفرضيات.
361	6. آفاق الدراسة.
363	خاتمة
366	قائمة المراجع
381	قائمة الملاحق

## فهرس الجداول

فهرس الجداول		
الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	تصنيف أنواع الأطر الإعلامية.	51
2	يبين توزع عدد الطلبة على المعاهد في المركز الجامعي للموسم الجامعي 2015_2016.	64
3	يمثل تواريخ عينة تحليل المضمون.	67
4	بين إحصاء الطلبة المسجلين داخل التخصصات في المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف بميلة للموسم الجامعي 2015/2016.	68
5	يبين تمثيل التخصصات في عينة البحث.	69
6	يبين توزيع الأخبار في نشرة الثامنة	210
7	المساحة الزمنية التي تشغلها الأخبار في كل جزء من أجزاء نشرة الثامنة	212
8	يبين فئة مستويات اللغة المستخدمة في التغطية الإخبارية للمواضيع	213
9	يبين مواضيع الأخبار التي وردت في نشرة الثامنة والمساحة الزمنية التي احتلها كل موضوع	215
10	يبين ترتيب مواضيع الأخبار في نشرة الثامنة و المساحة الزمنية التي تشغلها الأخبار في كل جزء من أجزاء النشرة	219
11	يبين مواضيع الأخبار التي وردت في نشرة الثامنة حسب المجال الجغرافي الذي تشغله و المساحة الزمنية التي تشغلها هذه المواضيع حسب مجالها الجغرافي الذي تشغله	222
12	يبين مواضيع الأخبار التي وردت في عناوين نشرة الثامنة حسب المجال الجغرافي الذي تشغله	223
13	يبين مواضيع الأخبار التي تضمنتها نشرة الثامنة والمساحة الزمنية التي تشغلها	226
14	يبين مواضيع الأخبار السياسية الوطنية في نشرة الثامنة	229
15	يبين مواضيع الأخبار السياسية الوطنية التي وردت في عناوين نشرة الثامنة	231
16	يبين المساحة الزمنية التي تشغلها مواضيع الأخبار السياسية الوطنية في كل جزء من أجزاء نشرة الثامنة	233
17	يبين مواضيع الأخبار الاجتماعية التي وردت في نشرة الثامنة	235
18	بين المواضيع الاقتصادية التي وردت في نشرة الثامنة والمساحة الزمنية التي شغلتها	236
19	بين المواضيع الرياضية التي وردت في نشرة الثامنة	237
20	الأخبار الدولية التي وردت في نشرة الثامنة حسب المجال الإقليمي	238



## فهرس الجداول

240	يبين مواضيع الأخبار الدولية التي وردت في نشرة الثامنة حسب المنطقة الإقليمية التي تنتمي إليها	21
243	يبين عدد نوع مواضيع القضايا العربية حسب الموقع الجغرافي و المساحة الزمنية التي تحتلها في النشرة	22
246	يبين فئة أنواع المصادر التي اعتمد عليها في تغطية أنواع مواضيع الأخبار في نشرة الثامنة	23
249	يمثل أنواع التغطيات الإخبارية التي يعتمد عليها تقديم الأخبار في نشرة الثامنة	24
252	يمثل أنواع التغطيات الإخبارية حسب المجال الجغرافي للأخبار	25
253	يبين القيم السائدة حسب مجال الأخبار في نشرة الثامنة	26
256	يمثل القيم السائدة في عناوين النشرة	27
257	يبين اتجاه معالجة الأخبار في نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري	28
259	يبين اتجاه معالجة الأخبار الوطنية حسب المواضيع التي تناولها نشرة أخبار الثامنة	29
261	يبين اتجاه معالجة الأخبار الدولية حسب المواضيع التي تناولها أخبار الثامنة	30
262	يبين اتجاه معالجة الأخبار السياسية الوطنية حسب المواضيع التي تناولتها الأخبار في نشرة الثامنة	31
263	يبين نوع الصوت المصاحب للأخبار في نشرات الثامنة حسب المجال الجغرافي الذي تشغله الأخبار	32
265	يبين نوع الصور المصاحبة للأخبار في نشرة الثامنة	33
268	يبين تطابق الصور مع التعليق في نشرة الثامنة	34
269	يبين الأشكال التي وردت ضمنها الأخبار في نشرة الثامنة حسب المجال الجغرافي الذي تمثله الأخبار	35
272	يمثل أشكال الأخبار التي وردت ضمنها مواضيع الأخبار في نشرة الثامنة	36
274	الأطر الإعلامية المستخدمة تبعا لمواضيع للأخبار التي وردت في نشرة الثامنة	37
277	يبين الأطر الإعلامية المستخدمة تبعا للمجال الجغرافي للأخبار التي وردت في نشرة الثامنة.	38
282	يبين توزيع مفردات عينات الدراسة حسب متغير الجنس	39
283	يبين توزيع مفردات عينة الدراسة حسب متغير السن	40
284	يبين توزيع مفردات عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي	41
284	يبين التخصصات التي تنتمي إليها مفردات العينة	42

## فهرس الجداول

285	يبين حقيقة متابعة مفردات العينة للأخبار في وسائل الإعلام	43
286	يبين المصادر التي يعتمد عليها أفراد العينة للحصول على الأخبار	44
288	يبين ترتيب المصادر التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على الأخبار	45
291	يبين الوسائل التي تستخدمها مفردات العينة لمتابعة الأخبار	46
292	يبين طريقة متابعة مفردات العينة للأخبار التلفزيونية	47
294	يبين القنوات التلفزيونية الجزائرية التي يعتمد عليها جمهور الدراسة للحصول على الأخبار التلفزيونية	48
296	يبين دورية مشاهدة الجمهور لأخبار الثامنة في التلفزيون الجزائري	49
297	يبين الأوقات المفضلة لمتابعة الأخبار التلفزيونية	50
298	يبين مكان متابعة الأخبار التلفزيونية	51
299	يبين طريقة متابعة الأخبار.	52
301	يبين الوسائل التي يتابع عبرها مفردات العينة الأخبار التلفزيونية.	53
302	يبين البرامج الإخبارية التي يتابع من خلالها مفردات العينة الأخبار التلفزيونية.	54
303	يبين حقيقة متابعة نشرات الأخبار المفصلة كاملة.	55
304	يبين طريقة مشاهدة النشرات التلفزيونية المفصلة.	56
306	يبين المجال الجغرافي للأخبار التلفزيونية التي يفضل مشاهدتها جمهور العينة.	57
308	يبين ترتيب الأخبار حسب المجال الجغرافي الذي تمثله من الأهم إلى الأقل أهمية عند جمهور العينة.	58
309	يبين مواضيع الأخبار التلفزيونية التي يفضل الجمهور مشاهدتها حسب أهميتها لديه.	59
312	يبين ترتيب مواضيع الأخبار من الأهم إلى الأقل أهمية.	60
315	يبين الأخبار السياسية التي يهتم بها أفراد العينة حسب مجالها الجغرافي	61
317	يبين ترتيب الأخبار السياسية حسب مجالها الجغرافي من الأهم إلى الأقل أهمية.	62
318	يبين مواضيع الأخبار السياسية الوطنية التي يفضل متابعتها أفراد العينة.	63
320	يبين ترتيب مواضيع الأخبار السياسية في سلم اهتمامات الجمهور من الأهم إلى الأقل أهمية.	64
322	يوضح تصنيفات الأخبار كما يفضل الجمهور مشاهدتها في النشرات الإخبارية	65
324	يبين اتجاهات الجمهور من العبارات الإيجابية التي تعالج موضوع نشرة أخبار الثامنة	66
330	يبين اتجاهات الجمهور من العبارات السلبية التي تعالج موضوع نشرة أخبار الثامنة	67

## "المعالجة الإعلامية للأخبار في التلفزيون الجزائري"

يساعد التلفزيون على التقريب بين الأفكار ووجهات النظر في المجتمع، وبالتالي إحداث إجماع تجاه قضايا وأحداث معينة، وهو الدور الذي يجب أن تقوم به وسائل الدولة بدرجة أكبر، لأن خطر تفتيت الرأي العام يهدد أمن واستقرار الدولة في ظل التغيرات الإعلامية الوطنية والدولية وانتشار البدائل ووفرته وتطورها وتنوعها، من هذا المنطلق تأتي هذه الدراسة للإجابة عن السؤال: كيف تتم معالجة الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري؟ وهل تتوافق هذه المعالجة مع اهتمامات الجمهور الجزائري؟ سعياً لتحقيق الأهداف التالية:

- ✓ الكشف عن الأجندة التي يعتمد عليها القائمون على الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري في تقديم نشرة الأخبار الرئيسية.
- ✓ التعرف على الأشكال والأطر التي تعرض من خلالها الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري.
- ✓ التعرف على طرق معالجة وعرض الأحداث عبر القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري، والقوالب الصحفية التي تطغى على هذه المعالجة.
- ✓ التعرف على أجندة الجمهور الجزائري للأخبار، ومدى توافقها مع أجندة أخبار القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري.
- ✓ التعرف على الاتجاهات التي يحملها الجمهور الجزائري نحو الأخبار التي تقدمها القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري.

وقد اعتمدت الباحثة على نظرية الأجندة كمنظور للدراسة وعلى منهج المسح الوصفي، كمنهج للدراسة.

أجريت الدراسة الميدانية في الفترة الزمنية الممتدة من شهر جانفي 2015 إلى غاية شهر ديسمبر 2015، وينقسم مجتمع البحث إلى قسمين: قسم تسحب منه مضمون الرسائل الإخبارية في التلفزيون الجزائري، وقسم تسحب منه عينة من جمهور الأخبار الجزائري، اختارت الباحثة نشرات الثامنة لدراسة مضمون الرسائل الإخبارية، ودراسة جمهور الطلبة الجامعيين الذين يدرسون في المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف بميلة لدراسة جمهور الأخبار.

استعانت الباحثة بالمعينة العشوائية، التي تسحب من خلالها عينة عشوائية منتظمة قوامها أثنى عشرة عدداً من أخبار نشرة الثامنة من شبكة برامج القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري في الفترة التي

تمتد طول سنة 2015، وعينة حصرية عشوائية من جمهور طلبة المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف بميلة تتكون من 300 مفردة، تتوزع الحصص حسب التخصصات التي يضمنها المركز الجامعي، واعتمدت على مجموعة من الأدوات لجمع البيانات تمثلت في: أداة تحليل المحتوى، استمارة الاستبيان وقياس اتجاه الجمهور. وخلصت الدراسة إلى جملة من النتائج نوجزها فيما يلي:

تخدم النشرة المقدمة في القناة الوطنية للتلفزيون السلطة في المركز الأول، وهي خاضعة مباشرة لسيطرتها، حيث تترتب مواضيع الأخبار السياسية، وأخبار نشاطات مؤسسات السلطة كأهم المواضيع في أجندتها الإخبارية، فتخصص لها أكبر مساحة زمنية، وتتقدم في عرضها على كل المواضيع مهما كانت درجة أهميتها، وتهمل القضايا المصيرية والمشاكل الحقيقية للمواطن، فلا تعكس الواقع الذي يعيشه ولا تهتم بمشاكله وقضاياها.

يحمل الجمهور اتجاهات سلبية نحو مضمون الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون، التي لا تهتم ببحوث المشاهدين للتعرف على اتجاهاته ورغباته، لذلك لا تتوافق بعض محتوياتها مع اهتماماته، وهو لا يثق في الأخبار التي توردها ويراهما تفتقر للمصداقية والحرية، وغير محايدة في الطرح، وتخضع لما تريده السلطة مباشرة، وتخدم الدولة بالدرجة الأولى.

### Mediatic treatment of news in Algerian TV."

Television helps to approach ideas and point of view in the community, and opens consensus on matters and events, this role must be played by the public medias, to avoid the risk of the fragmentation of public opinion that menaces the security and the stability of the state, with the changes in the national and international media and the proliferation of alternative and abundance, evolution and diversity, and this is what this study will answer the following question: How does the Algerian national television channel treat the news? Is that treatment compatible with the concerns of the Algerian public? In order to achieve the following objectives:

- ✓ Identify the agenda on which the responsibilities of the news in the Algerian national television channel are based on to present its news bulletin.
- ✓ Identify shapes and frames displaying the news in the Algerian national television channel.
- ✓ Identify the ways that events are treated and presented through the Algerian national TV channel, and mediatic forms which dominates this treatment.
- ✓ Identify the Algerian public agenda for the news, and their compatibility with the principle news bulletin of the Algerian national television channel.
- ✓ Identify Algerian public positions towards news represented by the Algerian national television.

The researcher in this study is based on the theory of the agenda as atheoretical from work and descriptive method, as a method to study the theme.

The field study was conducted from January to December 2015, the search is divided into two parts: in a part we studied the content of the newsletters presented in the Algerian TV, and in another we studied the public of students of the university center Abdelhafid Boussouf Mila.

The study concluded that a set of results can be summarized as follows:

The newsletter featured in national TV channel serves the power first, and it is directly by its control, thus political subjects and topics of institutions of the Authority are the most important in its agenda, these subjects occupy more time and progressing the sequence of topics presented regardless of their degree of importance, neglecting the real questions and crucial problems of the citizen, and does not reflect their daily experiences, or even worry about their problems.

The public holds a negative attitude toward the news content in the national television channel, which does not care about the viewers it organizes research to identify their trends and their desires and directions, so some of these contents do not conform to the interests, and it does not trust the news provided in the national tv lacks credibility and freedom, and serves primarily the state.

### Traitement médiatique des informations dans la télévision algérienne."

La Télévision contribue à rapprocher les idées et les points de vue dans la communauté, et ainsi dégager un consensus sur certaines causes et événements, ce rôle qui doit être joué par les médias publics, pour éviter le risque d'une fragmentation de l'opinion publique qui menace la sécurité et la stabilité nationale, avec les changements des médias nationaux et internationaux et la prolifération des alternatives et leur abondance, évolution et diversité, et c'est ce que cette étude veut examiner pour répondre à la question suivante : Comment la chaîne nationale de la télévision algérienne traite les nouvelles? Est ce que ce traitement est compatible avec les préoccupations du public algérien? Dans le but d'atteindre les objectifs suivants:

- ✓ Détecter l'agenda sur laquelle les responsables de la télévision nationale algérienne se basent pour présenter le bulletin principal d'informations.
- ✓ Identifier les formes et les cadres diffusants les informations dans la chaîne nationale de télévision algérienne.
- ✓ Identifier les manières par lesquelles les événements sont traités et présentés à travers la chaîne nationale de télévision Algérienne, et les formes médiatiques qui dominent ce traitement.
- ✓ Identifier l'agenda du public algérien, et leur compatibilité avec celui du bulletin principal d'informations de la chaîne nationale de la télévision algérienne.
- ✓ Identifier les directions du public Algérien envers les nouvelles représentées par la télévision nationale Algérienne.

La chercheuse dans cette étude s'est basée sur la théorie de l'agenda comme théorie d'étude et la méthode descriptive, comme une méthode de recherche pour étudier ce thème.

L'étude sur terrain a été réalisée dans la période du mois de Janvier jusqu'au mois de Décembre 2015, la recherche est divisé en deux parties, une partie dans laquelle on étudie le contenu des bulletins d'informations présenter dans la chaîne national de la télévision Algérienne, et une partie dans la quelle on étudie le public des étudiants du centre universitaire Abd elhafid Boussouf Mila

L'étude a conclu un ensemble de résultats peut être résumée comme suit:

Le bulletin d'information présenter dans la chaîne de télévision national algérienne sert le pouvoir en premier lieu, et il se trouve directement sous son control, les sujets politiques et les sujets des institutions du pouvoir sont les plus importantes dans son agenda, ils occupent plus du temps, et progressent l'enchaînement des sujets présentés quel que soit leur degré d'importance, et en négligeant les vraies questions et problèmes cruciaux qui préoccupe le citoyen, et ne reflète pas son quotidien vécu, et ne se soucie pas de ses problèmes.

Le public détient des directions négative envers le contenu des nouvelles présenter dans la chaîne nationale de la télévision, qui ne se soucie pas des téléspectateurs et organise des recherches pour identifier leurs tendances et leurs désirs et leurs directions, de sorte que certains de ces contenus ne sont pas conformes à ces intérêts, et il ne fait pas confiance aux nouvelles fournies dans la TV national par manque de crédibilité et de liberté, et sert principalement l'état.

# مقدمة

### مقدمة

أفرزت ثورة المعلومات، والقفزة النوعية التي أحدثتها الأقمار الصناعية، والثورة الكبرى في مجال الاتصالات تأثيراً بالغاً في المجال الإعلامي، حيث تفجرت ظاهرة القنوات التلفزيونية الفضائية التي تبث مضامين مختلفة، تتعدى النطاق الجغرافي لتصل إلى كافة أنحاء المعمورة وتندمج في قرية كونية واحدة تتبادل المعلومات والبرامج المختلفة بين نقاط متباعدة من العالم بشكل سريع، بسيط، وشامل، يتقلص معه الزمن وتتلاشى المسافات، وتنتقل معه الأفكار بسرعة هائلة وبحرية تامة، لترسم ملامح الثورة الاتصالية الجديدة التي يمثل التلفزيون والأقمار الصناعية والقنوات الفضائية إحدى أهم أدواتها، حيث فتحت أسواق الإعلام العالمية على مصراعيها جعلت المنافسة عالمية، والجمهور كوني. وأصبحت الأخبار والمعلومات في عصرنا الراهن قوة إستراتيجية تدير وتتحكم في العلاقات الدولية، والسياسات الداخلية للدول. فمن يملك المعلومات يملك عملية صنع القرار لدى الأطراف الأخرى. فالقوة الإعلامية تمكن أي دولة، وأية أطراف أن تضع قضاياها على الأجندة الدولية، لذلك كانت ومازالت قضية الوصول إلى الأخبار وتبادلها وعالجتها وبثها من القضايا التي تشغل اهتمام الخبراء والمختصين في الإعلام، خاصة مع تعاظم الدور الذي تقوم به وكالات الأنباء العالمية وشبكات الأخبار التلفزيونية التي تعمل على بث وتقديم الأخبار دون انقطاع، بحيث أتاحت المعلومات والأخبار لكل الشعوب، وسلطت الأضواء على كل العالم الذي أصبح مكشوفاً، فلا يمكن إخفاء أي حدث فيه، ولا يمكن لأي دولة أن تمارس التعتيم الإعلامي، لأن ما سوف لن تطرحه وسائل الإعلام في منطقة معينة ستطرحه وسائل أخرى، وما تخفيه التلفزيونات الرسمية من أخبار، ستكشفه التلفزيونات الخاصة والفضائيات ومواقع التواصل الاجتماعي والانترنت.

ولعل الدور الأساسي الذي تلعبه وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون الذي اكتسب مصداقية كبيرة لجمعه بين الصورة والصوت والحركة، ونقله للأخبار بطريقة هي الأقرب للواقع، في تشكيل الرأي العام ووضع الإجماع حوله، هو ما جعل هذه الوسيلة خاصة وسيلة قوة ورمز من رموز السيادة في كثير من الدول من بينها الجزائر، التي لطالما تبنت فكرة ضرورة سيطرة وتحكم الدولة في وسائل الإعلام، وخاصة منها التلفزيون، والتحكم في موارده الإخبارية بما يخدم مصالح الدولة ومصالح النظام، فمارس نظامها احتكار وسائل الإعلام منذ السنوات الأولى للاستقلال، وتحكم بذلك في نوع وطبيعة وحجم المعلومات التي يستقبلها المواطن، الوضعية التي استمرت إلى نهاية الثمانينات من القرن الماضي أين حتمت الظروف الاجتماعية والاقتصادية التوجه نحو نظام التعددية، وعلى الرغم من التوجه السياسي والاقتصادي العام نحو النظام الديمقراطي واقتصاد السوق، فقد بقي الإعلام العمومي متواجداً إلى جانب القطاع الخاص، وفتح المجال أمام التعددية الإعلامية فقط في مجال الصحافة المكتوبة، فقد أبقَت الدولة الجزائرية على خيار إحكام السيطرة على مجال السمع البصري، وبقي بذلك التلفزيون خاضعاً لملكية ونظام السلطة.



قد يعود هذا الاحتكار إلى طابع العمل الإعلامي الذي يقوم به التلفزيون، والذي تريد السلطة من خلاله أن تحمي وجودها بأساليب تبدو للبعض أنها من مخلفات العهود السابقة، وأنها لا تتماشى وتطورات الممارسة الإعلامية الحديثة. كما أن هيمنتها على الوسائل السمعية البصرية والتلفزيون خاصة والعمل على البقاء وحيدة في هذا المجال، لا يتطابق والنية في التوجه نحو التعددية الإعلامية بمفهومها الديمقراطي.

لكن هذا لم يمنع انتشار واستقبال القنوات الفضائية المتخصصة خاصة منها القنوات الإخبارية (غربية، عربية وجزائرية)، تطورت معها طرق وأشكال معالجة الأخبار، واهتمامها بمعالجة الأحداث الوطنية والأمنية في الجزائر، وفتحها المجال أمام رموز المعارضة السياسية للظهور ومخاطبة الجمهور وطرح أفكارها والتعبير عن آرائها.

ففي خضم كل هذه الأوضاع العالمية والوطنية، السياسية، التكنولوجية والإعلامية، واختلاف الأجناس الإعلامية باختلاف الوسائل والقنوات الإخبارية، يمكن لنا أن نتساءل عن كيفية تعامل القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري مع الأخبار، وإذا كانت تراعي في أجناسها اهتمامات وأجناس الجمهور الجزائري.

وهو الموضوع الذي تسعى هذه الدراسة للبحث فيه، وجاءت مقسمة إلى ستة فصول كما يلي:

**الفصل الأول:** الإطار النظري والإجراءات المنهجية، الذي تناول الإطار النظري وفيه: مشكلة الدراسة، أهمية الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، الدراسات السابقة، فرضيات الدراسة، تحديد أهم المفاهيم، ونظرية الأجناس كمنظور للدراسة، ثم الإجراءات المنهجية التي عرض ضمنها منهج الدراسة، مجالات الدراسة، مجتمع البحث وعينته، وأدوات جمع البيانات.

**الفصل الثاني:** نشرات الأخبار في التلفزيون، وتضمن الأخبار التلفزيونية وفيه: النشأة والتطور للأخبار التلفزيونية، عناصر ومميزات الخبر التلفزيوني، القيم الإخبارية في الخبر التلفزيوني، قوالب وأشكال الخبر التلفزيوني، مصادر الخبر التلفزيوني، تحرير الخبر التلفزيوني، مكونات الخبر التلفزيوني ووحدات بنائه وأنواع البرامج الإخبارية، ثم نشرات الأخبار في التلفزيون التي تناولت العوامل التي تتحكم في انتقاء الأخبار التلفزيونية، التغطية الإعلامية للأخبار في التلفزيون، بناء نشرات أخبار التلفزيون، أنواع نشرات الأخبار في التلفزيون، أنواع الأخبار في نشرات الأخبار التلفزيونية وجمهور الأخبار.

**الفصل الثالث:** النظم الإعلامية والأخبار في التلفزيون الجزائري جاء فيه: النظم الإعلامية التي عرضت النظم الإعلامية الكلاسيكية، النظام العالمي الإعلامي الجديد، النظم الإعلامية العربية والنظام الإعلامي في الجزائر، ثم التلفزيون الجزائري وتطرق فيه إلى نشأة وتطور التلفزيون، نشأة وتطور التلفزيون الجزائري، الخصائص الإعلامية للتلفزيون، تسيير وتنظيم المؤسسة الوطنية للتلفزيون

الجزائري، وظائف التلفزيون الجزائري، عملية البرمجة في التلفزيون الجزائري والأخبار في التلفزيون الجزائري.

**الفصل الرابع:** عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية وجاء فيه: وصف عام لنشرات الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري، ترتيب الأخبار في أجندة أولويات نشرة أخبار الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري، المعالجة الإعلامية لأخبار نشرات الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري.

**الفصل الخامس:** عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية وجاء فيه: وصف لمفردات عينة الدراسة وعادات تعرضهم للأخبار التلفزيونية، ترتيب الأخبار التلفزيونية حسب أولويات الجمهور، اتجاهات الجمهور نحو موضوع نشرة أخبار الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري، ثم النتائج العامة للدراسة.

**الفصل السادس:** النتائج العامة للدراسة وفيه: النتائج العامة للدراسة التحليلية، النتائج العامة للدراسة الميدانية، العلاقة بين نتائج الدراسة التحليلية ونتائج الدراسة الميدانية، النتائج على ضوء الدراسات السابقة، النتائج على ضوء الفرضيات وآفاق الدراسة.

## الفصل الأول

### الإطار النظري والإجراءات المنهجية

#### أولاً: الإطار النظري

1. مشكلة الدراسة
2. أهمية الدراسة
3. أسباب اختيار الموضوع
4. أهداف الدراسة
5. الدراسات السابقة
6. فرضيات الدراسة
7. تحديد أهم المفاهيم للدراسة
8. نظرية الأجندة كمنظور للدراسة

#### ثانياً: الإجراءات المنهجية

1. المنهج المتبع في الدراسة
2. مجالات الدراسة
3. مجتمع البحث وعينته
4. أدوات جمع البيانات

## الفصل الأول

### الإطار النظري والإجراءات المنهجية

#### تمهيد:

يعتبر الإطار النظري والإجراءات المنهجية للبحث بمثابة خارطة التي تترتب ضمنها أفكار الباحث، ويتحدد من خلالها الطريق الذي يجب اتباعه من أجل انجاز الدراسة، ضمن القواعد العلمية والمنهجية التي تمنح نتائج البحث مصداقيتها وشرعيتها. وهي الخطوة الأولى والأساسية في كل دراسة علمية وأكاديمية، لذلك ستعمل الباحثة من خلال هذا الفصل على تحديد الإطار النظري للبحث الذي يتضمن: مشكلة الدراسة، أهميتها، أسباب اختيار الموضوع، الأهداف المراد تحقيقها، الدراسات السابقة، فرضيات الدراسة، أهم المفاهيم ومنظور الدراسة، كما يتضمن الإجراءات المنهجية التي توضح المنهج المتبع في الدراسة، مجالات الدراسة، مجتمع البحث وعينته ثم أدوات جمع البيانات.

#### أولاً: الإطار النظري

##### 1. مشكلة الدراسة:

نعيش اليوم في عالم تملؤه الأخبار والمعلومات، نكاد لا نبحث عن موضوع أو قضية ما إلا وينهال علينا سيل من المعلومات حولها من مختلف الوسائل ومن مختلف المصادر، قد تختلف أحياناً، وقد تتشابه في كثير من الأحيان على اختلاف مصادرها.

وعملية البحث عن الأخبار والمعلومات حاجة إنسانية خلقت مع بداية الإنسانية يقول سبحانه وتعالى في كتابه الكريم: "قال يا آدم أنبئهم بأسمائهم"، أي أخبرهم عن أسمائهم<sup>(1)</sup> فالإنسان في بحث دائم عن الأخبار التي من خلالها يستطيع أن يفهم الواقع، ويحكم على الأشياء ويتخذ القرارات المناسبة، فكان في بدايات الإنسانية يبحث عن أماكن الأكل والمياه، وأراضي الرعي والزراعة لتتطور في الحضارات الإنسانية الحاجة للبحث عن أخبار الحضارات القديمة في الكتب والروايات والأساطير، والبحث عن أخبار العدو وإمكانياته العسكرية والبشرية ونقاط الضعف التي من خلالها يمكنه على أساسها كسب المعارك باستخدام شبكة من الجواسيس تستخدم وسائل اتصالية بسيطة.

لتنطور هذه الحاجة للأخبار والمعلومات مع تطور المجتمعات الإنسانية وتعقدتها وتعدد الوظائف بها وظهور التخصص، فأصبح الفرد اليوم يبحث يومياً عن الأخبار في وسائل الإعلام والاتصال المختلفة، يبحث عن أخبار الطقس، أخبار البورصة، أخبار الانتخابات والقوانين والإجراءات الجديدة، أسعار النفط، الأخبار الأمنية وأخبار الحروب وبؤر التوتر، كلها تساعده على اتخاذ قراراته اليومية، وفهم العالم من حوله، وتشكيل رأي قد يتحول إلى رأي عام حول قضية معينة.

وقد ساعد التلفزيون بظهوره كوسيلة إعلامية منذ ثلاثينيات القرن الماضي في نقل الأخبار والمعلومات، على الرغم من أنه في البداية لم يكن مصمماً لنقل الأخبار ولم يكن يتوقع أن يحتل المكانة

التي يحتلها الآن بالنسبة لوسائل الإعلام الأخرى، نظرا للتكاليف الباهظة والإمكانيات المادية والبشرية الهائلة التي يستخدمها لإنتاج خبر واحد من جهة، وكون الأخبار في التلفزيون لم تلقى الاهتمام اللازم ولم ترقى نسب مشاهدتها إلى النسب المطلوبة من جهة أخرى، ما جعل منها عبئا على القنوات التلفزيونية، ولا تجلب أي ربح مادي كونها لا تستقطب المعلمين، لذا لم يخصص لها وقت طويل في شبكة البرمجة.

أضاف التلفزيون إلى الأخبار التي تمر عبره الكثير من خصائصه التي جعلتها تتميز عن أخبار الصحافة المكتوبة والأخبار الإذاعية، من كونه ينقل الخبر صوتا وصورة وحركة، فينقله من مكان الحدث كما هو وكما حدث في الواقع، بديكوره وجوه العام والأشخاص الفاعلين فيه، حيث يجعل المتلقي يعيش الحدث وكأنه يتواجد في مكان وقوعه ويعيش نفس الأحاسيس والمشاعر التي يتقاسمها المشاركون في الحدث، بل أحيانا يرى الأشياء بوضوح أكثر وتفصيل من زوايا لا يستطيع رؤيتها حتى من كان حاضرا في موقع الحدث، حيث أصبح الكثير من الأفراد يفضلون متابعة نقل وقائع المباريات الكبرى والتظاهرات أمام شاشات التلفزيون حتى يستطيعون رؤية المشاهد كاملة.

استفاد التلفزيون من التطور التكنولوجي الذي مس وسائل الاتصال، وانتبه القائمون على القنوات التلفزيونية لأهمية الأخبار، واستفادت الأخبار في التلفزيون من أساليب التحرير في الصحافة المكتوبة وأشكالها وقوالبها وتكيفها مع خصوصية الوسيلة التي تنقلها، كما استفادت من خصائص السينما والمسرح في طريقة العرض، وتطوير طرق معالجة الصور الملتقطة، وابتكرت أساليب وأشكال جديدة لتقديم الأخبار بطريقة وسعت من جماهيريتها وزادت من أهميتها، حتى تفوق التلفزيون على الإذاعة والصحف المكتوبة في مجال نشر الأخبار وأصبح الوسيلة التي يفضلها الجمهور للحصول على الأخبار، وأصبحت مواعيد الأخبار هي الوقت الذي يبني عليه كل البرنامج في التلفزيون، وأسعار الإعلانات في تلك الفترة هي الأعلى ثمنا مقارنة مع مواعيد البرامج الأخرى.

لتصبح الأخبار التلفزيونية أهم حدث وأهم موعد في قنوات التلفزيون تجند له طواقم التغطية التي تنتقل إلى مواقع الأحداث، ويجند له أحسن الفرق الإنتاجية لإعدادها وإنتاجها، ويختار أفضل المذيعين وأقدرهم على عرضها، يعملون على جمع الأخبار، واختيار ما يروونه مناسبا للبث، لترتب ويختار لها الأشكال المناسبة لعرضها، وتتنافس القنوات التلفزيونية لكسب أكبر عدد من الجمهور والتأثير عليه بالطريقة التي يخطط لها.

فيمكن القول أن نشرة الأخبار أصبحت تقع في قلب الاهتمامات التي تواجه القنوات التلفزيونية العامة، ذلك لأنها تعد واجهتها والركيزة الأساسية التي تسند إليها شبكة برامجها التلفزيونية، فموعد بثها المسائي يشكل ذروة المشاهدة، والذي على أساسه تبني خطابها التلفزيوني وتقسّم المشاهدة التلفزيونية إلى ما قبله وما بعده.<sup>(2)</sup>

فأصبح حجم الأخبار وشكلها وطريقة معالجتها وترتيبها والمواضيع التي تناقشها، والزوايا التي تركز عليها والمصادر التي تعتمد عليها، عنوانا لسياسة القناة التلفزيونية وتوجهاتها وخطها الافتتاحي، والإيديولوجية التي تعبر عنها، فسواء كانت ملكا للدولة أو للخواص، فهي تعمل ضمن أجندة إخبارية لاستقطاب الجمهور ومحاكاة حاجاته وإعادة ترتيب المواضيع والأحداث في سلم اهتماماته، فيعتقد الجمهور بأهمية الأخبار التي تبرزها القناة التلفزيونية ويهمش الأخبار التي تتفادى معالجتها.

تطورت المجتمعات، وتطورت الحاجات، وتطورت تقنيات البث، وتوسعت القنوات وامتدت أوقات البث واقتربت الشعوب من بعضها، وتشابكت المصالح، وزاد حجم الأخبار والمعلومات وتدفقها، وضائق بها الأسواق الوطنية والإقليمية، وظهرت الحاجة إلى أسواق جديدة، وتوسيع نطاق البث واستقطاب قاعدة جماهيرية أكبر.

وشهد العالم أواخر القرن الماضي نهاية مليئة بالأحداث التي تركت آثارا وحملت معها تغييرات واسعة مست جوانب عديدة من حياة المجتمعات والأفراد، فعلى الصعيد السياسي كان انهيار الاتحاد السوفيتي وسقوط جدار برلين إيذانا لدخول مرحلة جديدة بقيادة القطب الواحد، لتتوالى بعدها الأحداث الكبرى، اندلاع حرب الخليج الثانية، أحداث 11 سبتمبر، الحرب على العراق، الحرب على الإرهاب، وتوسع بؤر التوتر والحروب الطائفية والعرقية والصراعات في مختلف أنحاء العالم، المشهد العالمي الذي انعكس مباشرة وطبع العملية الإعلامية.

كما كان لثورة المعلومات والقفزة النوعية التي أحدثتها الأقمار الصناعية والثورة الكبرى في مجال الاتصالات تأثيرا بالغا في المجال الإعلامي، حيث تفجرت ظاهرة القنوات التلفزيونية الفضائية التي تبث مضامين مختلفة تتعدى النطاق الجغرافي لتصل إلى كافة أنحاء المعمورة وتندمج في قرية كونية واحدة تتبادل المعلومات والبرامج المختلفة بين نقاط متباعدة من العالم بشكل سريع، بسيط، وشامل يتقلص معه الزمن وتتلاشى المسافات، وتنتقل معه الأفكار بسرعة هائلة وبحرية تامة، تم معه تدويل كل المشاكل الدولية الكبرى، كالتلوث والفقر، المجاعة، الأوبئة، الإرهاب والأزمة المالية العالمية، لترتسم ملامح الثورة الاتصالية الجديدة التي يمثل التلفزيون والأقمار الصناعية والقنوات الفضائية إحدى أهم أدواتها.

حيث فتحت أسواق الإعلام العالمية على مصراعيها، وأصبحت المنافسة عالمية، والجمهور كوني، جعلت من العالم قرية صغيرة، الكل يعلم بما يجري في كل مكان، والكل يتأثر بما يحدث في أي مكان، فقرار الحرب في منطقة معينة يؤثر على أسعار النفط في البورصة العالمية، وأخبار الأمن تؤثر على سير الشراكات والاتفاقات الدولية، وأخبار الطقس تؤثر على الأمن الغذائي العالمي، وحقوق الإنسان تؤثر على السلم العالمي.

هذا الزخم الهائل من الأحداث العالمية والانفجار الواسع للقنوات الفضائية، كشف عن ظاهرة جديدة في مجال البث التلفزيوني هي ظاهرة القنوات الإخبارية المتخصصة، التي تضمن التغطية

الإخبارية المباشرة والمتواصلة على مدار الساعة، وبرز معها فاعلون جدد في العملية الإعلامية بصفة عامة، تمثلهم المحطات التلفزيونية الكبرى ووكالات الأنباء العالمية، وفاعلون جدد في العملية الإخبارية بصفة خاصة، يمثلهم كبار المعلقين والمذيعين والصحفيين والخبراء والنجوم، وطرق جديدة في معالجة الأخبار والأحداث تتعدى الطرق التقليدية المتمثلة في نشرات الأخبار إلى الحصص الإعلامية والأشرطة الوثائقية وغيرها، محدثة تغييرات في بنية الأخبار ونشرات الأخبار التلفزيونية انطلاقاً من عدة مستويات متفاعلة مع بعضها البعض<sup>(3)</sup>، على المستوى الدلالي فيما يخص المحتوى الظاهر أو الضمني أي فيما تصرح به الأخبار جهراً أو ضمناً، المستوى التركيبي من حيث أسلوب المعالجة، وعلى مستوى العرض من خلال طريقة النطق وتدفق الكلام، وعلى المستوى الحركي فيما يخص الإخراج وتحويل الأخبار، مستفيدة مما توفره التكنولوجيا الجديدة في مجال الصوت والصورة، وتتنافس فيما بينها على استقطاب أكبر عدد من الجمهور، قنوات تختلف في خطها السياسي ومواقفها من القضايا المطروحة.

ودخلت عملية جمع الأخبار وإعدادها وتوزيعها مرحلة جديدة من التطور الذي رافق ثورة الاتصال والمعلومات، وأخذ تعريف الخبر مفهوماً جديداً، حيث أصبح هو ذلك الحدث الذي نشاهده وهو يقع، ويسمى خبراً لأنه حدث وتم انتقاؤه بين أحداث كثيرة، والأخبار ليست مجرد حقائق فهي رسائل تنتقل من خلال نظام القيم الذي يتبناه حراس البوابة، الممثلين في وكالات الأنباء والمراسلين والمحررين الذين ينقلونه أول مرة، من هنا يبدأ التساؤل حول مصداقية هذه الوسائل وهؤلاء الحراس، وحول صدق وحياد وموضوعية الأخبار المتداولة، ومعها حياد وموضوعية الرأي العام الذي تخاطبه، إذا عرفنا الدور الذي تقوم به هذه الوسائل بداية من اختيار وانتقاء الأحداث التي تصلح أن تكون أخباراً، إلى إعادة تصنيف الأخبار وتقييمها وترتيبها واستخدام تقنيات الإثارة والتكرار والغموض في القصص الإخبارية المرتبطة بجدول أولويات الإدارة ومصالحها وأهدافها، لتخلق أجندة للأخبار مقابل أجندة للأحداث، خاصة في ظل النظام الإعلامي العالمي الذي تمتلك مؤسسات الإعلام الغربية معظم وسائله التي تديرها قوى وجماعات وتكتلات اقتصادية أو سياسية أو حزبية أو طائفية أو عقائدية مختلفة.

وفتحت التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال حدود العالم، وأتاحت المعلومات والأخبار لكل الشعوب، وسلطت الأضواء على كل العالم الذي أصبح مكشوفاً، ولا يمكن إخفاء أي حدث فيه ولا يمكن لأي دولة أن تمارس التعتيم الإعلامي، لأن ما سوف لن تطرحه وسائل الإعلام في منطقة معينة ستطرحه وسائل أخرى، وما تخفيه التلفزيونات الرسمية من أخبار، ستكشفه التلفزيونات الخاصة والفضائيات ومواقع التواصل الاجتماعي والانترنت.

أثار الوضع نقاشات حادة ودراسات كثيرة حول من يتحكم في الأخبار، ومن يتخذ القرار بأن حدثاً ما مهما كان بسيطاً سيتضخم ويتحول إلى خبر عالمي تتداوله كل وسائل الإعلام، وحدث آخر

مهما كان مهما تتفاداه وسائل الإعلام، أو تعالجه بطريقة تفقده كل الأهمية، وكيف لشركات إعلامية أن تملك القدرة على تغيير أنظمة الحكم في بلاد كانت لفترة قصيرة تحكم بقبضة من حديد، وكيف تعمل على فضح نظام ما، وتسكت عن نفس الممارسات لنظام آخر، وكيف تجعل الفرد يتابع ويهتم لتفاصيل أحداث تجري في مناطق لم يكن ليسمع عنها ولا يعرف موقعها في خريطة العالم، ويغفل عن متابعة خبر يحدث في الشارع المقابل لبيته، وهو الوضع الذي أصبح عليه العالم اليوم.

ولعل الدور الأساسي الذي تلعبه وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون الذي اكتسب مصداقية كبيرة لجمعه بين الصورة والصوت والحركة، ونقله للأخبار بطريقة هي الأقرب للواقع، في تشكيل الرأي العام ووضع الإجماع حوله، هو ما جعل هذه الوسيلة خاصة وسيلة قوة ورمز من رموز السيادة في كثير من الدول من بينها الجزائر، التي أخذ مفهوم قطاع الإعلام لأكثر من ثلاث عقود من الزمن بعد الاستقلال ملكية الدولة للمؤسسات الإعلامية والإشراف عليها بشكل مباشر، الوضع الذي لم يتغير كثيرا بعد دستور 1989، فبالرغم من كونه أشار صراحة إلى حرية إنشاء قنوات تلفزيونية ومؤسسات إعلام، فقد بقي الإعلام العمومي متواجدا إلى جانب القطاع الخاص، وعلى الرغم من التوجه السياسي والاقتصادي العام نحو النظام الديمقراطي واقتصاد السوق، وفتح المجال أمام التعددية الإعلامية فقط في مجال الصحافة المكتوبة، فقد أبقّت الدولة الجزائرية على خيار إحكام السيطرة على مجال السمع البصري، وبقي بذلك التلفزيون خاضع لملكية ونظام السلطة، نظرا لاعتبارات عديدة منها انتشار الأمية ونقص والمقروئية وضعف التحكم في الوسائل الالكترونية وغيرها، فالسلطة السياسية ليست مستعدة للانسحاب من المشهد الإعلامي، وظلت تمارس احتكار الوسائل السمعية البصرية، ووكالة الأنباء الجزائرية، وبعض العناوين الصحفية.

قد يعود هذا الاحتكار إلى طابع العمل الإعلامي الذي تقوم به هذه الوسائل ومنها التلفزيون، الذي تريد من خلاله السلطة أن تحمي وجودها بأساليب تبدو للبعض أنها من مخلفات العهود السابقة، وأنها لا تتماشى وتطورات الممارسة الإعلامية الحديثة، كما أنّ هيمنتها على الوسائل السمعية البصرية والتلفزيون خاصة والعمل على البقاء وحيدة في هذا المجال، لا يتطابق والنية في التوجه نحو التعددية الإعلامية بمفهومها الديمقراطي.

فتعالت الأصوات من حولها، التي تبحث في طبيعة تمويل هذه الوسائل وعلى رأسها المؤسسة الوطنية للتلفزيون التي تخصص لها ميزانية ضخمة من الدولة، وتخصص لها اقتطاعات وضرائب يدفعها المواطن الجزائري، الذي من حقه أن يتحصل على إعلام يعكس انشغالاته ومشاكله وقضاياها وتطلعاته، وعن حق الأطراف السياسية في تغطية تلفزيونية لنشاطاتها وتجمعاتها بشكل متوازن وبطريقة عادلة ومتساوية، وبدأ الحديث عن انحياز الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون\_ التي كانت القناة التلفزيونية الوحيدة في الميدان\_ إلى أطراف معينة وابتعادها عن الموضوعية والحياد في الطرح الإعلامي، واستماتتها في الدفاع عن رموز النظام الحاكم على حساب باقي الأطراف المعارضة،



وتهميشها للقضايا التي تهم المواطن والأحداث التي تقع في المناطق النائية من الوطن، خاصة مع تدهور الأوضاع الاجتماعية والانفلات الأمني الخطير الذي كانت تعيشه البلاد، فأصبحت هذه القناة توصف بالبؤس، وأن أخبارها تغرد خارج السرب، وأصبحت تسمى "باليتيمة" إشارة إلى انفضاض جمهورها عنها.

انتشرت القنوات الفضائية الغربية والعربية منها، والتي اهتمت بشكل كبير ومركز بالأخبار المحلية وعالجت أخبار الأزمة الأمنية، واهتمت بمختلف المواعيد الانتخابية، واستضافت أبرز وجوه المعارضة للنظام السياسي، ما جعلها تكسب جمهور معتبر من المشاهدين في الجزائر وتحضاً بنوع من المصادقية لديه، هذا بالإضافة إلى ظهور قنوات جزائرية تبث من خارج التراب الوطني، قنوات إخبارية برؤوس أموال جزائرية خاصة، تتنافس على نقل ومعالجة الأخبار المحلية التي ترتبها في أعلى سلم اهتماماتها، فتتابع الأخبار المحلية وتبثها ساعة بساعة وتهتم بالأخبار الإنسانية وبأخبار الطبقات البسيطة داخل المجتمع، تعالج في مجملها اهتمامات الجمهور اليومية.

ولم يعد باستطاعة القناة التلفزيونية الجزائرية أن تبقى وحيدة في الساحة الإعلامية في مجال التلفزيون في ظل التطور التكنولوجي الهائل والانفتاح الفضائي والإعلامي، الذي أوجد كل هذه القنوات التلفزيونية بمختلف أنواعها وتوجهاتها التي تنافس القناة الوطنية الجزائرية على أخبارها وعلى جمهورها، حيث أتاحت له خيارات وبدائل متعددة تتعدد معها الطروحات وطرق تقديم ومعالجة الأخبار، ولم يعد للتعليم الإعلامي الذي لطالما اتصفت به القناة الوطنية للتلفزيون بدّ ولا معنى.

ففي خضم كل هذه الأوضاع العالمية والوطنية، السياسية، التكنولوجية والإعلامية، واختلاف الأجندات الإعلامية باختلاف الوسائل والقنوات الإخبارية، يجعلنا نتساءل عن كيفية تعامل القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري مع الأخبار، وكيف تتعامل مع هذا التنوع في القنوات التلفزيونية والاختلاف في الأجندات، وما فتحته من مجال للمنافسة، وإذا كانت تراعي في أجندتها اهتمامات وأجندات الجمهور الجزائري، وهو ما يقودنا إلى طرح التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة: **كيف تتم معالجة الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري؟ وهل تتوافق هذه المعالجة مع اهتمامات**

**الجمهور الجزائري؟ السؤال الذي تنفرع عنه مجموعة من الأسئلة كما يلي:**

- ما نوع الأجندة التي تتبناها الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون ويعتمد عليها في انتقاء الأحداث، وترتيب ومعالجة الأخبار التي يتم بثها؟
- ما هي الأشكال الصحفية التي تغطي على الأخبار في نشرة الثامنة وما هي المصادر التي تعتمد عليها؟
- ما هي الأطر الإعلامية التي يُعتمد عليها في معالجة أخبار نشرة الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري؟

- ما هي مواضيع الأخبار التي يهتم بها الجمهور الجزائري؟
- ما هي الاتجاهات التي يملكها الجمهور الجزائري نحو نشرات الأخبار في التلفزيون الجزائري؟
- هل يتناسب ترتيب الأخبار ونوع المواضيع التي تعالجها القناة الوطنية للتلفزيون في نشرة الثامنة مع اهتمامات الجمهور وتناسب اتجاهاته؟

2. أهمية الدراسة: تتخذ هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع بحد ذاته، حيث مازال التلفزيون يعد من أهم الوسائل الإعلامية ومصدراً أساسياً للمعلومات والأخبار للجماهير خاصة في الدول النامية والدول العربية ومنها الجزائر، أين لا تزال مؤشرات الأمية مرتفعة، ونسب المقروئية منخفضة، ونسب استخدام الوسائل الإلكترونية الحديثة والرقمية والانترنت ما تزال أيضاً ضعيفة، بسبب تدني نسبة تدفق الانترنت مقارنة مع الدول المتقدمة، هذا إضافة إلى ما يمكن أن تحققه هذه الدراسة من نتائج يمكن الاستفادة منها خاصة في ظل شبه انعدام الدراسات والإحصاءات الخاصة بنسب المشاهدة.

وترجع أهمية هذه الدراسة إلى:

- المنافسة الشديدة التي خلقتها التلفزيونات والفضائيات العالمية والعربية، والتي تفرض واقعاً إخبارياً جديداً، يتميز بالعرض المستمر للأحداث والأخبار الوطنية والإقليمية والعالمية.
- أهمية التلفزيون كوسيلة إخبارية وقدرته على التأثير في فهم الجمهور بمختلف مستوياته الفكرية لما يدور حوله من أخبار وقضايا هامة.
- شساعة المساحة الجغرافية للجزائر، والتنوع الثقافي والتنوع في العادات والتقاليد واللهجات، وما يصاحبه من تنوع في الأخبار والأحداث، بحيث يصعب لقناة تلفزيونية واحدة أن تغطي كل هذا التنوع وكل هذه الأحداث مهما كان حجمها وطبيعتها ملكيتها.
- الواقع الجديد الذي فرضته الفضاءات المفتوحة والتدفق الكبير للصور والمعلومات وما نتج عن عولمة الأحداث والقضايا، ما جعل إمكانية تشتيت الجماهير المحلية عن القضايا الوطنية والإقليمية الجوهرية قائمة، والتفافها حول قضايا عالمية هامشية.
- أهمية الأخبار والأحداث المتداولة عالمياً، والتي تبدو وكأنها تؤرخ لواقع عربي وإقليمي جديد (الحرب على الإرهاب، الحركات الإسلامية، مشروع شرق أوسط جديد، الأوبئة والأمراض التي أصبحت تنتقل بسرعة انتقال المعلومات، الأزمة الاقتصادية العالمية، بعبارة أخرى عولمة

الأحداث)، وهو ما يمكن أن يخلق أجندة للجمهور الجزائري تختلف تماماً مع الأجددة التي تتبناها القناة الوطنية للتلفزيون وما تتيديه من اهتمام بالأحداث.

3. **أسباب اختيار الموضوع:** تعتبر عملية اختيار الموضوع القابل للدراسة العلمية ذات أهمية بالغة، لأنها تمثل مرحلة حاسمة تؤثر على سير عملية إنجاز البحث بكامله، وهي من أصعب المراحل التي يمر عبرها الباحث، واختيار الباحث لموضوع بحث معين للدراسة لا يأتي بطريقة اعتباطية إنما يكون بعد بحث حثيث وتفكير معمم واهتمامات مسبقة بظاهرة معينة، وقد تكون أسباب اختيار الموضوع أسباباً ذاتية تفرضها طبيعة تخصصه، قدراته، اهتماماته ورغباته، أم لأسباب موضوعية يفرضها الواقع الاجتماعي والضرورة الملحة لمواضيع تفرض نفسها، ومن أهم الأسباب التي دفعت الباحثة لاختيار موضوع المعالجة الإعلامية للأخبار في التلفزيون الجزائري يمكن أن تعدد ما يلي:

- الواقع الإعلامي الجديد الذي يطبعه الفضاء الإعلامي المفتوح والعدد الهائل والمتزايد للقنوات التلفزيونية الفضائية العربية منها والغربية، التي تتنافس على استقطاب المشاهد العالمي والعربي، والمشاهد الجزائري جزء منها.
- انتشار القنوات الفضائية المتخصصة خاصة منها القنوات الإخبارية (غربية، عربية)، تطورت معها طرق وأشكال معالجة الأخبار، واهتمامها بمعالجة الأحداث الوطنية والأمنية في الجزائر، وفتحها المجال أمام رموز المعارضة السياسية للظهور ومخاطبة الجمهور وطرح أفكارها والتعبير عن آرائها.
- ظهور قنوات تلفزيونية جزائرية خاصة، إذ ورغم الجدل القانوني الذي أثير ويثار حول اعتبارها جزائرية أو أجنبية فهي قنوات برؤوس أموال جزائرية وبطاقات بشرية جزائرية ( النهار، الشروق، الخبر،... الخ).
- التحولات السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي يمر بها المجتمع الجزائري، تغييرات تبدو في ظاهرها وكأنها تحول نحو النظام الديمقراطي القائم على التعددية وحرية انتقال الأفكار والتعددية الإعلامية، وفتح المجال أمام التعددية الإعلامية في الصحافة المكتوبة، مع إبقاء قطاع السمع البصري تحت سيطرة الدولة.
- تعدد الأجددات الإعلامية بتعدد القنوات التلفزيونية واختلافها باختلاف الجهات المالكة، واختلاف آرائها ومواقفها من القضايا والأحداث وما يمكن أن يسببه من تشتيت للرأي العام حولها.

- النقد الواسع الذي تتعرض له القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري من الصحافة المكتوبة الجزائرية وتسميتها "اليتيمة" وبأنها تعمل خارج اهتمامات الجمهور الذي وجد لنفسه بدائل تغنيه عن خدماتها.
- الخطر الذي يشكله وقوع الرأي العام الوطني تحت تأثير أجنحة أجنبية تتحكم في آرائه وحكمه على الأمور وتسييره بما يخدم مصالحها.

#### 4. أهداف الدراسة: تسعى هذه الدراسة لتحقيق مجموعة من الأهداف نذكر منها:

- ✓ الكشف عن الأجنحة التي يعتمد عليها القائمون على الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري في تقديم نشرة الأخبار الرئيسية.
- ✓ التعرف على الأشكال والأطر التي تعرض من خلالها الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري.
- ✓ التعرف على طرق معالجة وعرض الأحداث عبر القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري، والقوالب الصحفية التي تطغى على هذه المعالجة.
- ✓ التعرف على أجنحة الجمهور الجزائري للأخبار، ومدى توافقها مع أجنحة أخبار القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري.
- ✓ التعرف على الاتجاهات التي يحملها الجمهور الجزائري نحو الأخبار التي تقدمها القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري.

#### 5. الدراسات السابقة:

تعتبر خطوة مراجعة التراث العلمي من أهم خطوات البحث العلمي، حيث تساعد هذه الخطوة في توفير الوقت والجهد والمال، وتجعل الباحث يبدأ من حيث انتهى الآخرون. ومراجعة الدراسات السابقة تزيد الباحث معرفة ودراية بموضوع الدراسة، وتدل الباحثين بعده على مراجع الدراسات السابقة للأبحاث. وإذ تعرض الباحثة مجموع الدراسات السابقة التي اطلعت عليها، فهي تعلم علم اليقين أنه يستحيل حصر كل الدراسات السابقة حول موضوع معين مهما بدل الباحث من جهد أو وقت لفعل ذلك، فيبقى دائما جزء من التراث العلمي الذي لا يستطيع الوصول إليه لأسباب مختلفة.

وقد توصلت الباحثة إلى حصر عدد من الدراسات السابقة، ارتأت أن تعرضها في أربع محاور: دراسات تناولت موضوع تحليل مضمون النشرات الإخبارية في التلفزيون، دراسات تناولت المعالجة الإعلامية للأخبار في التلفزيون، دراسات تناولت تأثير ترتيب الأخبار على الجمهور، دراسات تناولت أطر التغطية الإعلامية للأخبار.

المحور الأول: الدراسات التي تناولت تحليل مضمون النشرات الإخبارية:

- دراسة لمحمد شطاح: النشرة الإخبارية المقدمة في التلفزيون الجزائري، دراسة تحليلية وميدانية: (4)

تناولت الدراسة موضوع النشرة الإخبارية المقدمة في التلفزيون الجزائري، واعتمدت الدراسة على أسلوب تحليل مضمون النشرة الإخبارية في التلفزيون الجزائري، والتعرف على موضوعات النشرة والقوالب الصحفية المستخدمة ووظيفة المواضيع واتجاهات المعالجة إلى جانب دراسة اتجاهات وموقف مشاهدي النشرة نحو الشكل والمضمون من خلال عينة من المشاهدين بمدينة عنابة، كذلك تم إجراء عدد من المقابلات مع العاملين في مجال الأخبار من صحفيين ورؤساء تحرير ومديري قنوات الجزائر وخارجها، والاسترشاد بنتائج هذه المقابلات في معالجة بعض القضايا النظرية وما أسفرت عنه نتائج الدراسة التحليلية والميدانية.

استخدمت الدراسة أسلوب تحليل المضمون باعتباره أسلوبا بحثيا، واعتمد الباحث على حصر عينة لنشرات الأخبار في التلفزيون الجزائري متمثلة في الأسبوع الممتد من 2003/9/20 إلى 2003/9/26، وعينة من جمهور النشرات الإخبارية مكونة من 400 مفردة. وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نوجزها فيما يلي:

- متوسط زمن النشرة اتجه نحو استغراق النشرة لوقت أطول، وهو مرتبط بتطور الأحداث وتسارعها وحاجة الجماهير إلى المزيد من الأخبار المتخصصة وازدياد حجم المنافسة.
- نشرة الأخبار في التلفزيون الجزائري تميل إلى الأخبار الطويلة.
- طغيان الأخبار والمواضيع السياسية وبالتالي طغيان الأخبار الرسمية، الأمر الذي جعل الأخبار تبنى بناءا بروتوكوليا أو تشريفيا.
- هيمنة المواضيع والأخبار الوطنية في العينة محل الدراسة
- فيما يتعلق بالأخبار الوطنية ومجالات التغطية الجغرافية لها، لاحظت الدراسة هيمنة منطقة الوسط(الجزائر العاصمة وضواحيها) على باقي المناطق الأخرى، في حين كانت نسب المناطق الأخرى ضعيفة، وهو ما يجعل نشرة أخبار الثامنة نشرة مركزية.
- يهيمن الخبر على القوالب الأخرى، باعتبار نشرة الأخبار تدور حول الأحداث والوقائع السريعة والآنية.
- يغلب على الموضوعات المعالجة الطابع الإيجابي، وتمثل الشخصيات المحورية الصدارة في التغطية الإخبارية، كما نجحت نشرة الأخبار في تحقيق التطابق بين الصورة والنص.

وفيما يخص دراسة الجمهور اتضح أن:

- أغلب أفراد العينة تشاهد نشرة الأخبار الرئيسية إضافة إلى النشرات الأخرى، ويوافق أغلب أفراد العينة على ملائمة توقيت نشرة الثامنة، وفيما يتعلق بالمواضيع التي تمثل الأولوية في مجال التغطية الإخبارية للعينة وجود اتفاق بين أفراد العينة حسب الجنس والوظيفة حيث يفضل التغطية الوطنية والدولية معاً، تليها الموضوعات الوطنية.
- كما خلصت الدراسة أن أفراد العينة يرغبون في الحصول على الأخبار والمعلومات بالدرجة الأولى تليها رغبة التثقيف والترفيه، ثم الشرح والتفسير.
- تبين أن أغلب أفراد العينة يوافقون على البناء البروتوكولي للنشرة وعدم الاكتفاء بنشرة الأخبار من مصدر واحد، وبينت الدراسة أن المصدر الأول للأخبار هو القنوات التلفزيونية الفضائية تليها الصحف المكتوبة الوطنية.
- أن النشرة تحظى بمصداقية متوسطة، وجاءت اقتراحات أفراد العينة لتطوير نشرة الأخبار فقد تعددت هذه الاقتراحات، وجاء الاهتمام بالمصداقية في المرتبة الأولى، يليه اقتراح توسيع شبكة المراسلين بالخارج، ثم تغيير الديكور والجنيريك، واقتراح الابتعاد عن الترتيب أو البناء البروتوكولي للأخبار، واقتراح استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الأخبار.

• دراسة رعد جاسم حمزة الكعبي: الأخبار المحلية في تلفزيون العراق، دراسة في صناعة الخبر (برنامج جريدة المساء الإخباري اليومي نمونجا<sup>(5)</sup>):

تناولت هذه الدراسة موضوع صناعة الخبر المحلي في برنامج جريدة المساء الإخباري اليومي في تلفزيون العراق، وقد أجريت الدراسة التحليلية على عينة من مجتمع البحث باستخدام تحليل المضمون لتحقيق أهداف الدراسة التي حددت بتشخيص موضوعات وأنواع الأخبار المحلية، ومصادرها والأساليب الفنية المعتمدة في صياغتها، ومنشئها ونوعية الأسئلة الاستفهامية التي أجابت عنها، وترتيبها في بناء البرامج، وقيمها الإخبارية والأشخاص المتواجدين في الأخبار، مع تحديد علاقات إحصائية بين متغيرات صناعة الخبر التلفزيوني المحلي. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها:

- مؤشرات الضعف في جمع الأخبار المحلية: أن الأخبار السياسية هي النوع السائد في الأخبار المحلية المعروضة، وأن أكثر من نصف الأخبار المحلية المعروضة غير متوقعة بالنسبة للصحفيين والجمهور، وكانت المتوقعة منها قريبة من النصف، أن التلفزيون يعتمد على المصادر

الخارجية لنقل الأخبار المحلية، في حين أن هناك نسبة ضعيفة ومنخفضة من الأخبار المعروضة مصادرها داخلية تابعة للتلفزيون .

- مؤشرات الضعف في معالجة الأخبار المحلية المعروضة: أن هناك تكثيف في استخدام الهرم المعكوس في تحرير الأخبار على حساب بقية أنواع القوالب التحريرية، وذلك في استخدام (سرد الأحداث) في البناء الفني للمضامين على حساب سرد التصريحات وسرد المعلومات، غياب عدد من الاستفهامات التحريرية من الأخبار المحلية وبنسبة كبيرة، مما يعني أن هناك نقص في المعلومات المقدمة إلى الجمهور.

- مؤشرات ضعف بث الأخبار المحلية: طغيان الأفلام الصامتة على الأفلام الناطقة من وسائل الإيضاح المصاحبة للأخبار المحلية، فرص عرض أنواع معينة مقترنة ببعضها البعض ترتفع عندما تكون نسبة توقعها قليلة قياساً لغيرها، ارتفاع نسبة الأخبار المحلية المتوقعة لبغداد على بقية المحافظات بالقياس مع البث العام.

• دراسة لهيئتم نعمان الهيتي: الإعلام الإخباري في التلفزيون، دراسة في الخبر والتقرير في قناة العراق الفضائية<sup>(6)</sup>:

بحثت هذه الدراسة في مشكلة حدود ارتفاع قناة العراق الفضائية من التطورات الإجرائية والفنية والصياغية، بحيث يؤدي الإعلام الإخباري عن طريق هذه القناة أداء أفضل في المدة اللاحقة، وهدفت هذه الدراسة إلى تحديد إطار نظري وعملي حول أداء الفضائيات في مجال الإعلام الإخباري في محاولة لتوظيف أوجه النشاط في تطوير قناة العراق التلفزيونية، وتحديد أساليب عمل قناة العراق الفضائية في التعامل مع الإعلام الإخباري في واقعها العملي الجديد، واستنباط مشاعر العاملين وملاحظاتهم وآرائهم وتشخيص اتجاهاتهم حول جهد إعلامي عراقي عن طريق هذه القناة بحيث يمكن لها ان تؤدي وظائف اتصالية منفردة. واعتمدت هذه الدراسة على عينة من الأخبار من قناة العراق الفضائية من النصف الثاني من عام 2002 إلى النصف الأول من عام 2003، واتبعت البحث منهج مسح الأخبار والبرامج في قناة العراق الفضائية، مع مسح اتجاهات العاملين في هذه القناة إزاء عملهم بما في ذلك ملاحظاتهم عن تلك البرامج. وكشفت الدراسة معطيات عديدة أبرزها:

- هناك الكثير من الأخبار المقدمة عبر قناة العراق الفضائية لم تكن بطبيعة الخبر التلفزيوني.
- إن القناة كانت من النادر أن تعتمد على السبق في تقديم الأخبار.
- الإعلام الإخباري في قناة العراق الفضائية يعتمد إلى انتقاء الأخبار ذات الموضوع مع سياسة النظام بصورة دائمة، وتمسك بضوابط محددة ضيقة وتشعر المواطنين بأن لها صفة رسمية.

- تقديم النشرات الإخبارية والبرامج الإخبارية تتقصها جوانب فنية متعددة.
- قناة العراق الفضائية تفتقر إلى الكثير من الكوادر الفنية.
- لم تعتمد مكاتب ومراسلين في الخارج، والتي تشكل بمثابة مصدرا مهما من مصادر الإعلام الإخباري.

### التعليق على دراسات المحور الأول:

- ركزت الدراسات التي تناولت نشرات الأخبار في التلفزيون على دراسة مضمون النشرات الإخبارية، والمواضيع التي تناولتها، وطريقة ترتيبها وأشكال عرضها، واعتمدت في تحليل النتائج على تحليل مضمون المواد الإخبارية، ومسح اتجاهات الإعلاميين وقياس آرائهم حول الجهد الإعلامي الذي تبذله القنوات التي يعملون لصالحها، كما اعتمدت دراسة الأخبار في التلفزيون الجزائري على استمارة الاستبيان لقياس آراء الجمهور الجزائري واتجاهاتهم حول الأخبار المعروضة في القناة الوطنية الجزائرية، وخلصت الدراسات في مجملها إلى مجموعة من النتائج نلخصها فيما يلي:
- أن مضمون النشرات الإخبارية في التلفزيون الجزائري يغلب عليه الطابع الرسمي والترتيب البروتوكولي للأحداث، وتهيمن عليه المواضيع السياسية الوطنية.
  - غياب الموضوعية والحياد في طريقة معالجة الأخبار في نشرات التلفزيون الجزائري، وطغيان الطابع الوصفي في تقديم الأخبار.
  - بالنسبة للجمهور الجزائري لا يزال التلفزيون هو المصدر الأول لديه لمتابعة الأخبار، وترتبط عملية متابعة الأخبار في قناة أو وسيلة معينة بطبيعة الموضوع، وتحظى نشرات الأخبار في التلفزيون الجزائري بمصداقية متوسطة لدى الجمهور.
  - يطغى على الأخبار في التلفزيونات العربية مجال الدراسات الموضوع السياسي، وتعتمد على المصادر الخارجية لتغطية ونقل الأخبار المحلية، كما يعاني تقديم النشرات في تلك التلفزيونات وبرامجها الإخبارية من نقص جوانب فنية متعددة.

### المحور الثاني: الدراسات التي تناولت المعالجة الإعلامية للأخبار في التلفزيون:

- دراسة لحنان محمد إسماعيل يوسف: المعالجة الإخبارية للقضايا العربية في شبكتي CNN و Euronews<sup>(7)</sup>:

أرادت الباحثة من خلال هذه الدراسة المقارنة بين المعالجة الإخبارية للقضايا العربية في شبكة CNN و Euronews، وأجرت الباحثة لتحقيق هذا الهدف دراسة تحليلية وأخرى ميدانية معتمدة على



منهج المسح، اختارت الباحثة في دراستها التحليلية عينة عشوائية منتظمة أسلوب الأسبوع الصناعي لتحليل مضامين شبكتي CNN و Euronews ، وذلك خلال الفترة الممتدة من ديسمبر 1999 إلى ماي 2000، كما اعتمدت الباحثة في الدراسة الميدانية على عينة قصدية قوامها 200 مبحوث من النخبة العربية المقيمة بالقاهرة، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- كثرة عدد الأخبار الواردة عن دول العالم العربي في أداء الشبكتين، وإن تفوقت في ذلك شبكة CNN الأمريكية عن نظيرتها الأوروبية، الأمر الذي ينفي اتهام الدول النامية ومن بينها العالم العربي للدول المتقدمة بإهمالها وتجاهلها، وإن لم ينف شبهة عدم التوازن والتحيز.
- لعبت العلاقات السياسية بين الدول دورا في تحديد شكل واتجاه المعالجة الإخبارية، فالدول العربية التي تحتفظ بعلاقات طيبة مع الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا تصبح معالجة قضاياها أفضل، وتميل نحو الإيجابية والعكس صحيح.
- أثبتت نتائج الدراسة تفوق الأساليب العاطفية في شبكة CNN، بينما سيطر على أداء الشبكة الأوروبية استخدام الأساليب العقلانية إلى حد ما.
- أكدت نتائج احتفاظ الخدمة الوطنية بمكانة لدى مشاهديها من جمهور النخبة العربية رغم ما قد يعتريها من سلبيات.
- احتل سبب معرفة الأخبار العالمية أعلى المعدلات تلاها سبب اكتساب خبرات جديدة، ثم هدف معرفة الأخبار المحلية، وهذا فيما يتعلق بأسباب مشاهدة الخدمة الأجنبية.
- وفيما يتعلق بأسباب عدم المشاهدة ظهر وعي الجمهور بمدى تحيز شبكة CNN، كما تؤكد الدراسة أن عدم الاعتماد على هذه الخدمات كمصدر للأخبار غير منتظم أو دائم، وإنما يتوقف على متغيرات أخرى، أبرزها الأحداث الجارية، وحجم الاعتماد يختلف وفقا لغياب المصادر الأخرى للمعلومات، والرغبة في فهم أحداث حدث ما من الأحداث الطارئة.

• دراسة نرمين إسماعيل زكريا خضر: المعالجة الإعلامية للأحداث الدولية على عينة من وسائل

الإعلام المصرية والأمريكية (8):

تبحث الدراسة في المقارنة بين المعالجة الإعلامية للأحداث الدولية في وسائل الإعلام المصرية والأمريكية، في إطار ذلك أجرت الباحثة دراسة تحليلية على عينة من الصحف المصرية تمثلت في جريدة الأهرام وجريدة الأهالي، وعينة من الصحف الأمريكية تمثلت في جريدة انترناشيونال هيرالد تريبيون، وعينة من النشرات الإخبارية المصرية تمثلت في نشرة أخبار التاسعة بالقناة الأولى في

- التلفزيون المصري، وعينة من النشرات الأمريكية تمثلت في نشرة أخبار السابعة بقناة الحرة الأمريكية في الفترة من 1 جانفي 2005 إلى 31 مارس 2005، وخلصت الدراسة إلى النتائج التالية:
- ارتفاع نسبة الأخبار والموضوعات الإخبارية الخاصة بالقضايا والأحداث الدولية المعنية بالدراسة في جريدة الأهرام.
  - اتفقت جريدة الأهرام والهيرالد تريبيون على أن العناوين والصور الموضوعية أهم عناصر الإبراز المستخدمة للأخبار الخارجية.
  - أوضحت نتائج الدراسة وجود تباين بين جريدتي الأهرام والهيرالد تريبيون حول صورة مصر من منظور خطاباتها الصحفية.
  - اتفقت جريدة الأهرام والهيرالد تريبيون في تقديم صورة سلبية للفصائل الفلسطينية.
  - أن الأبعاد السياسية احتلت المرتبة الأولى في القضايا والأحداث الدولية موضوع الدراسة بوسائل الإعلام المصرية والأمريكية.
  - شهدت قضية تطورات الأحداث بعد الغزو الأمريكي للعراق اهتماما ملحوظا من قبل وسائل الإعلام محل الدراسة خلال فترة التحليل، بالنسبة لوسائل الإعلام المصرية والأمريكية.
  - تباينت نشرات الأخبار المصرية والأمريكية محل الدراسة حول الأسلوب الموضوعي الذي كان له النصيب الأكبر بنشرة أخبار التاسعة بالقناة الأولى على الأسلوب الملون في أسلوب عرض الخبر، فبينما كان الأسلوب الموضوعي له النصيب الأكبر بنشرة التاسعة بالقناة الأولى، على الأسلوب الملون في أسلوب عرض الخبر في نشرة أخبار السابعة بقناة الحرة الأمريكية.
  - احتل أسلوب الكتابة الصحفية الملون نصيب كبير في جريدة الأهالي.

• دراسة لصفاء محمد: معالجة القنوات الإخبارية العربية المتخصصة للأحداث السياسية الجارية،

واتجاهات النخبة المصرية نحوها (9):

قدمت هذه الدراسة المعالجة الإخبارية للأحداث السياسية والتي تقوم بها عدد من القنوات الإخبارية المتخصصة الخاصة والحكومية في المنطقة العربية، وقامت بالتطبيق على كل من قناة النيل المصرية للأخبار، قناة الجزيرة الإخبارية وقناة العربية، وعرضت الدراسة مدى التأثير الذي أحدثته هذه القنوات على اتجاهات النخبة المصرية نحوها، من مؤيديها أو منتقد لخدماتها الإخبارية وخلصت للنتائج الآتية:

- تشهد النخبة المصرية الإخبارية الأخبار في القنوات الثلاثة، ولكنها تميل للقناة الخاصة على حساب قناة النيل المصرية وذلك من حيث المتابعة المستمرة.

- تميل النخبة المصرية للاعتقاد بأن القنوات العربية الخاصة مثل الجزيرة والعربية، تتحاز في عرض القضايا العربية والتركيز عليها مقارنة بالشأن المصري الذي تتابعه النخبة من خلال قناة النيل المصرية للأخبار.

- تميل النخبة المصرية إلى أن معالجة القنوات الإخبارية العربية المتخصصة للأحداث السياسية الجارية مميزة وعلى قدر من المهنية.

• دراسة لهالة محمد إسماعيل بغدادى: المتغيرات المؤثرة على تغطية القضايا العربية في القنوات العربية الإخبارية<sup>(10)</sup>:

قامت هذه الدراسة برصد المتغيرات المؤثرة على تغطية القضايا العربية في القنوات العربية الإخبارية من خلال إجراء مقارنة بين قناة الجزيرة القطرية التي تمثل الاتجاه الإخباري الخاص وقناة النيل المصرية للأخبار التي تمثل الاتجاه الآخر الحكومي، وخلصت الدراسة لنتائج عديدة نذكر منها:

- تهتم كل من قناة الجزيرة للأخبار وقناة النيل المصرية للأخبار بتغطية القضايا العربية ذات الشأن العام.

- تراعي قناة النيل للأخبار في عرضها للأخبار والقضايا ذات الشأن العربي الخاص، علاقات مصر بالدول العربية والدور القومي العربي الذي تضطلع به مصر تجاه الأمة العربية.

- تقوم الجزيرة العربية بعرض كافة القضايا ذات الشأن العربي العام والخاص دون النظر للعلاقات القطرية العربية، الأمر الذي أثار سلباً على عدد من مكاتب تمثيل قناة الجزيرة في عدد من الدول العربية، وذلك بسبب بعض الأخبار التي قامت ببنائها القناة الأمر الذي أثار بالمقابل على علاقات دولة قطر مع بعض الدول العربية بوصفها مقر القناة والحاضنة لها.

• دراسة لـ Freedman and Fico<sup>(11)</sup>:

يتحدد هدفها في معرفة دور المصادر في وضع أجندة القصص الإخبارية من خلال تحليل التغطية الإخبارية للحملات الانتخابية لاختيار حاكم ولاية ميتشيغان عام 1998 بتسع جرائد يومية صادرة بهذه الولاية بالتطبيق على المواد ذات الطبيعة الإخبارية الجادة.

وخلصت الدراسة أن تصريحات المرشحين أو الموالين لهم كمصادر إخبارية تتحكم في وضع وترتيب أولويات الاهتمام بنصوص القصص الإخبارية الجادة خاصة مقدمتها مقارنة بباقي أنواع المصادر بما فيهم الخبراء الذين لم تتجاوز نسبتهم 17% لإجمالي المصادر.

**التعليق على دراسات المحور الثاني:**

اهتمت هذه الدراسات التي اتخذت من الأخبار التلفزيونية موضوعاً لها بمواضيع مختلفة، فاهتمت بمعالجة التلفزيونات الوطنية للأخبار، دراسة معالجة الفضائيات العربية لمواضيع أخبار معينة، ومعالجة القنوات الغربية ووسائل الإعلام الغربية للقضايا والأخبار العربية، واعتمدت هذه الدراسات على المنهج المسحي والمنهج المقارن لدراسة هذه المواضيع واستخدمت أدوات مختلفة لجمع وتحليل البيانات، فاستخدمت تحليل المضمون لدراسة وتحليل مضمون المواد الإعلامية وكانت هي الوسيلة الأكثر استخداماً في هذه الدراسات، كما اعتمدت بعض الدراسات على استمارة الاستبيان لدراسة الجمهور والآثار التي أحدثتها الأخبار في مجموع إدراكاته، وتوصلت الدراسات إلى عدة نتائج يمكن أن نلخص أهمها فيما يلي:

- تعد المعالجة الإخبارية أهم حلقات صناعة القصة الإخبارية.
- تتحاز وكالات الأنباء العالمية كمصادر للأخبار إلى حكومات البلدان التي تنتمي إليها من خلال نظرتها للأحداث وتجسيد المعايير والقيم الغربية في أسلوب تعاملها معها.
- العلاقات السياسية بين الدول تحدد طريقة تغطية الأخبار العربية في القنوات الغربية، التي تتميز بالعاطفية وتبتعد عن الموضوعية.
- تهتم القنوات الفضائية العربية بالأحداث السياسية والقضايا ذات الشأن العربي.
- تتميز القنوات العربية الخاصة بالشكل والمضمون وتنوع المصادر ويقدر من الموضوعية.
- القنوات الخاصة والمتخصصة هي الأكثر مشاهدةً وموضوعيةً في نظر الجمهور عينة الدراسات.

**المحور الثالث: الدراسات التي تناولت تأثير ترتيب الأخبار على الجمهور**

- **دراسة لعربي محمد صالح: تأثير صياغة الأخبار على تذكر المضمون، دراسة تجريبية على عينة من الطلبة العرب في مصر<sup>(12)</sup>:**

عرضت هذه الدراسة القوالب الإخبارية المستخدمة في القنوات الفضائية العربية الخاصة والمتخصصة في مجال الأخبار وصياغة هذه القنوات للأخبار ودراسة ما تحدثه من تأثير على تذكر مضمون نشرات الأخبار لدى المتلقي، وذلك عبر إجراء دراسة تجريبية على عينة من الطلبة العرب داخل الجامعات المصرية لمعرفة مدى ارتباط صياغة الأخبار وتذكر المضمون لديهم بالنسبة لنوع واسم القناة الإخبارية العربية مثل: الجزيرة، العربية، النيل المصرية للأخبار، القنوات القومية غير المتخصصة، وخلصت الدراسة لنتائج منها:

- نشرات الأخبار من خلال القنوات الخاصة والمتخصصة هي الأكثر مشاهدة لدى العينة المفحوصة من الطلبة.

- تعتقد عينة الطلبة المفحوصة أن القنوات الخاصة والمتخصصة على قدر من المصداقية والموضوعية.
- يميل الطلبة إلى أن القنوات الإخبارية المتخصصة تعطي الموضوعات والقضايا المطروحة الاهتمام اللازم.
- ترى عينة الطلبة أن القوالب الإخبارية المقدمة عبر القنوات الخاصة والمتخصصة مميزة والأقرب في توصيل الخبر المجرد مما ينتج عنه تذكر المضمون.

• دراسة لقمري على عبد المجيد عبد النبي: تأثير المعالجة الإعلامية لحقوق الإنسان على معارف واتجاهات الجمهور المصري<sup>(13)</sup>:

أجرى الباحث دراسة تحليلية على صحيفة الأهرام والوفد والأهالي ومصر اليوم والأسبوع والدستور، ومجلات روز اليوسف والمصور وأكتوبر، وأجرى الدراسة على خمس مواقع لمنظمات حقوق الإنسان والمبادرة المصرية للحقوق الشخصية ومركز ماعن للدراسات الحقوقية والدستورية، ومركز الأرض لحقوق الإنسان من جانفي حتى فيفيري 2006. وأجرى دراسة ميدانية على عينة عشوائية طبقية قوامها 400 مبحوث في محافظة القاهرة الكبرى وخلصت الدراسة إلى أهم النتائج التالية:

- أن حقوق الإنسان كموضوع حظي باهتمام كبير في الدراسات القانونية والسياسية والاجتماعية، ولم يلقى حتى الآن نفس الاهتمام في الدراسات الإعلامية.
- يسمح الانترنت للأفراد بالتعبير عن آرائهم بحرية كاملة.
- جاءت الأخبار المنشورة عن قضايا حقوق الإنسان بالصحف والمجلات المصرية بالترتيب الأول.
- تقوم وسائل الإعلام بدور هام وحيوي في مجال الحقوق الأساسية للإنسان مثل الحق في حرية الرأي والتعبير والحق في المشاركة السياسية.
- جاءت صحيفة المصري اليوم في الترتيب الأول من بين الصحف والمجلات في معالجتها لقضايا حقوق الإنسان.
- فيما يتعلق بأهم الحقوق التي ركزت عليها المعالجة الصحفية فقد احتلت الحقوق السياسية الترتيب الأول.
- توجد علاقة ارتباطية بين معرفة الجمهور بقضايا حقوق الإنسان واتجاهاتهم نحوها.

• دراسة لنهى عاطف عدلي العيد: دور نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية في ترتيب أولويات الرأي العام المصري نحو القضايا المصرية والعربية والدولية (14):

تحدد مشكلة البحث في التعرف على درجة الاهتمام التي تمنحها القنوات الفضائية العربية من خلال نشراتها الإخبارية لبعض القضايا، سواء المصرية، العربية أو الدولية، ومدى تأثير أجندة هذه القنوات لتلك القضايا في ترتيب أجندة الجمهور لها، واستخدمت الباحثة المنهج المسحي، واستخدمت استمارة تحليلية طبقت على عينة 122 نشرة من قناتي MBC والجزيرة، خلال الفترة من 1 جانفي إلى 31 جوان، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- تعتمد عينة الدراسة في مصادر أخبارها على 80% من المراسلين.
  - تحتل الأخبار السلبية أعلى نسبة من أخبار عينة الدراسة في نشرات قناتي الدراسة.
  - أهم الأخبار الواردة في نشرات عينة الدراسة هي أخبار سياسية، ثم اقتصادية، ثم أخبار العنف، أخبار رياضية، وجاءت الأخبار العسكرية في ذيل الترتيب من حيث درجة الاهتمام.
  - احتلت قيمة الجدة هرم ترتيب القيم في أخبار عينة الدراسة ثم جاءت بعدها الصراع، ثم القرب، فالإيجابية، ثم الشهرة، الحياء وأخيرا الغرابة.
  - تهتم القناتين عيني الدراسة بالقضايا العربية في المركز الأول ثم بعدها القضايا الدولية.
  - يطابق النص الإخباري الصورة المصاحبة للخبر بنسبة كبيرة في نشرات عينة الدراسة.
- وبالنسبة للدراسة الميدانية كانت أهم نتائجها كما يلي:
- أهم المصادر التي تستقي منها عينة الدراسة المعلومات حول القضايا المصرية والعربية والدولية هي التلفزيون المصري، ثم الانترنت والصحف المصرية والقنوات العربية.
  - أهم القنوات الفضائية العربية التي يشاهد المبحوثين من خلالها نشرات الأخبار هي الجزيرة وMBC، ثم العربية، الجزيرة مباشر، النيل للأخبار.
  - أهم نوعيات المواد الإخبارية التي يحرص المبحوثين على مشاهدتها هي نشرات الأخبار، أخبار الطقس، التحليلات والتعليقات وتقارير المراسلين بنفس الترتيب الذي وردت به.
  - ترتب أهم نوعيات الأخبار التي يحرص المبحوثين على مشاهدتها هي الأخبار السياسية، أخبار الحوادث، ثم الأخبار الرياضية.
  - جاءت قضية التفجيرات الإرهابية في المرتبة الأولى كأهم قضية داخلية بالنسبة للمبحوثين، والقضية الفلسطينية كأهم قضية عربية، والتفجيرات الإرهابية في دول العالم كأهم قضية دولية.

- يرى 60% من المبحوثين عينة الدراسة أن القنوات الفضائية العربية قادرة على التأثير في الرأي العام وتشكيل مواقفه وآرائه نحو القضايا الراهنة.
- وكان أهم اقتراحات المبحوثين لتحسين وتطوير الخدمات الإخبارية في القنوات الفضائية العربية تقديم الأخبار بموضوعية ومصداقية، واستخدام مراسلين على درجة عالية من الكفاءة، تطوير الشكل والمضمون، وعرض الخبر مباشرة دون انتظار موافقة بعض الجهات لتحقيق سبق، وعدم الخوف من السلطة.

• دراسة Dwerth, Pallmayer, Dwight, Walter (15):

وهي دراسة تناولت تأثير صورة الجمهور في بناء وتحرير المواد الإخبارية في وسائل الإعلام، تناولت دراسة قاعات التحرير أو غرف الأخبار في كل من جريدة *Chicago-Tribune*، المحطة التلفزيونية *WGNTv*، استغرقت الدراسة ستة أشهر من أكتوبر 1992 إلى مارس 1993، قام فريق البحث بإجراء لقاءات مع أعضاء التحرير في المؤسستين مع استخدام أسلوب الملاحظة بعين المكان، واستخلص الفريق أن صورة الجمهور لدى القائم بالاتصال (أعضاء التحرير) تلعب دورا هاما في إنتاج وتحرير الأخبار، لأن هذه الصورة مرتبطة بالقيم الإخبارية وباهتمام القائم بالاتصال بضرورة تلبية اهتمامات الجمهور في المواضيع والمواد الإخبارية المطروحة سواء في الجريدة أو في القناة التلفزيونية، أما الصحفيين الذين لا يهتمون بصورة الجمهور فتضل موضوعاتهم بعيدة عن اهتمامات الجمهور.

- أشارت الدراسة أيضا إلى أن المؤسسات الإعلامية الكبيرة تتميز بوجود عدد كبير من العاملين والموظفين لهم أهداف مختلفة، وعلى المسؤول الأول على الأخبار أن يدرك أن الهدف هو تحقيق الربح والفائدة للمؤسسة ولا يأتي ذلك إلا من خلال معرفة الجمهور وخصائصه، وكذا رغبته واحتياجاته.

- كما تشير الدراسة إلى أن صورة الجمهور تساهم في بناء المعنى وفي تكوين بعض القيم الإخبارية، والصحفيون يوظفون القيم الإخبارية التي تبدو الموضوعات المطروحة أكبر أهمية، وذلك من خلال تبني بعض أفكار واهتمامات الجمهور بالمواضيع المطروحة.

- إن الجانب المهم في الدراسة هو سعيها إلى البحث في أهمية الجمهور بالنسبة للمحرر بوسائل الإعلام، والبحث في مدى اهتمامه بتلبية رغبته خاصة في ظل تعاظم دور المشاهد في صنع العملية الإخبارية، وذلك بفضل تطور ما يطلق عليه بقياس المشاهدة والمقروئية، وهو عنصر أساسي في نجاح الوسيلة الإعلامية وضمان استمرارها.

التعليق على دراسات المحور الثالث:

- اهتمت هذه الدراسات بمواضيع لها علاقة بتأثير الأخبار على الجمهور، على آرائه، اتجاهاته، وكم ونوع المعلومات التي يكتسبها، من خلال إجراء دراسات تجريبية وتحليلية وميدانية لدراسة جمهور الأخبار، وخلصت هذه الدراسات لعدة نتائج نذكر منها:
- وجود علاقة ارتباطيه بين معرفة الجمهور بالقضايا واتجاهاتهم نحوها.
  - تعتبر القنوات الفضائية العربية أهم مصدر للمعلومات لعينات الدراسة تليها الأنترنت والصحافة المكتوبة.
  - نشرات الأخبار من خلال القنوات الخاصة والمنحصصة هي الأكثر مشاهدة لدى أفراد عينات الدراسات، كما يعتقد أفراد عينات الدراسة أن هذه القنوات الخاصة والمنحصصة على قدر من المصداقية.
  - يحرص أفراد عينات الدراسة على مشاهدة نشرات الأخبار وأخبار الطقس كأهم أنواع البرامج الإخبارية.
  - تساهم صورة الجمهور في بناء المعنى وفي تكوين بعض القيم الإخبارية التي تتضمنها الأخبار في المؤسسات الإعلامية الكبيرة في العالم.

المحور الرابع: الدراسات التي تناولت أطر التغطية الإعلامية للأخبار• دراسة لـ Mutzard Barnhurst<sup>(16)</sup>:

تهدف هذه الدراسة إلى تتبع طبيعة ونوع التغطية الصحفية\_ بالجراند الأمريكية خلال الفترة 1984 حتى 1994 وعلاقتها بنوع وطبيعة مضامين هذه النصوص، وكذلك رصد المكونات البنائية لهذه التغطية خاصة جانبها التحليلي والتفسيري. وأثبتت الدراسة تزايد اتجاه التغطية الصحفية بنصوص هذه الأشكال نحو مزيد من التفسير والتحليل من خلال اهتمامها بالإجابة على سؤالي: كيف؟ (بتقديم تحليلات) وماذا؟ (بتقديم تفسيرات ترتبط بالأسباب والنتائج) بالإضافة لربط الأحداث والمضامين بالسياق الاجتماعي والثقافي العام، كما أثبت الباحثان أن مفهوم وتعريف الأخبار تغير خلال القرن العشرين بعدما أصبحت الأشكال الصحفية الإخبارية أطول وتحتل مساحات كبيرة ومصحوبة بمزيد من التحليل وهو ما يعرف بتيار الصحافة التفسيرية، كما أصبحت تغطي مساحات جغرافية عديدة، وأصبحت مضامينها أكثر اهتماما بالتركيز على أحداث وموضوعات معينة كالجرائم والحوادث وسوق العمل والوظائف وهو ما يفسره الباحثان ببروز تيارات صحفية معاصرة كالصحافة الاستقصائية، وصحافة التحديد والصحافة الجديدة.



• دراسة لـ Miller, Andsager and Riechert (17):

وترصد هذه الدراسة أطر تغطية النصوص الصحفية الإخبارية لأنشطة المرشحين في حملات الانتخابات الرئاسية الأمريكية بثلاثة جرائد تتوجه للصفوة هي: New York Times, Washington Post, Los Angeles Times ومقارنتها بمثيلاتها كما وردت بالبيانات الصحفية. وأثبت الباحثون وجود اختلافات بين أطر التغطية بنصوص الجرائد الثلاثة وبين مثيلاتها بالبيانات الصحفية وهو ما يفسر اختلاف صور المرشحين ما عدا Bob Dole الذي احتفظ بمكانته خلال سباق انتخابات الرئاسة، وأثبتوا أيضا أن القصص الإخبارية ساهمت في رسم صورة مميزة لكل مترشح عن الآخر أكثر مما ساهمت به البيانات الإخبارية الصحفية.

• دراسة لـ Semotko and Valkenburg (18):

تهدف هذه الدراسة لتحديد أطر التغطية الإخبارية بالجرائد والتلفزيون لاجتماعات قمة الاتحاد الأوروبي بأستردام عام 1997 من خلال تحليل مضمون 4123 نصا إخباريا. وأثبتت أن التغطية الإخبارية انحصرت في خمسة أطر كان ترتيبها كالتالي: إطار المسؤولية، إطار الصراع، وإطار النتائج الاقتصادية، وإطار الاهتمامات الإنسانية، والإطار الأخلاقي، كما ثبت وجود علاقة ارتباط دالة بين كل من طبيعة شخصية الوسيلة الإعلامية والاعتماد على أطر معينة، فالجرائد أو المحطات التلفزيونية المتزنة أكثر اعتمادا على إطار المسؤولية والصراع بين مثيلاتها ذات الاتجاه العاطفي تعتمد أكثر على إطار الاهتمامات الإنسانية.

• دراسة لـ Lawrence (19):

بناء على نتائج الدراسات السابقة التي خلصت إلى أن التغطية الإخبارية للأحداث السياسية تعتمد على إطار المباراة أو التسابق والتنافس، يتحدد الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في رصد أطر تغطية النصوص الصحفية الإخبارية لقضية الإصلاحات الهادفة لتحقيق رفاهية المواطنين الأمريكيين خلال حملات الانتخابات الرئاسية وانتخابات الكونغرس عام 1996 في ثلاثة جرائد نخبوية هي: The N Times, Los Angeles Times, The Washington Post وفي ثلاث مجلات إخبارية هي News Week, Times, US News and World Report. وتوصلت هذه الدراسة إلى أن صحف الدراسة اعتمدت في تغطيتها الإخبارية لقضية الدراسة، وثانيها إطار المباراة، وهو إطار استراتيجي، وثالثها إطار يمزج بين الإطارين السابقين، وثبت أن اعتماد صحف الدراسة على إطار المباراة في تغطيتها لقضية الدراسة كان كإطار أساسي، واستخدمت الإطارين السابقين كسياق عام لإطار المباراة.

التعليق على دراسات المحور الرابع:

توجهت اهتمامات الباحثين في هذه الدراسات إلى دراسة التغطيات الصحفية للأخبار وأشكالها والأطر الإعلامية التي يعتمد عليها في تلك التغطيات، وهو الموضوع الذي طغى على الدراسات في

الدول الغربية ومنها الولايات المتحدة الأمريكية مع نهاية التسعينات من القرن الماضي، واعتمدت هذه الدراسات في مجملها على تحليل المضمون كأداة لجمع المعلومات وتحليل مضامين وسائل الإعلام، وخلصت الدراسات إلى عدة نتائج نذكر منها:

- أن مفهوم الأخبار تغير خلال القرن العشرين بعد ظهور تيار الصحافة التفسيرية التي أصبحت تغطي مناطق جغرافية كبيرة ومتعددة، وبروز تيارات صحفية معاصرة كالصحافة الاستقصائية وصحافة التحديد والصحافة الجديدة.
- تساهم صورة الجمهور في بناء الرسائل الإخبارية والاعتماد على قيم معينة لعرض الأخبار.
- تستخدم وسائل الإعلام في تغطيتها للأحداث مجموعة من الأطر، وتختلف هذه الأطر باختلاف المواضيع المعالجة.

#### تعليق عام على الدراسات السابقة:

- بعد اطلاع الباحثة على الدراسات السابقة، والاطلاع على مواضيعها، والمقارنة بين مناهجها وحصر نتائجها، خرجت الباحثة بمجموعة من الملاحظات أهمها:
- تشابهت أغلب الدراسات من حيث مواضيع البحث، كما تشابهت في اعتمادها على تحليل المضمون واستبيانات دراسة الجمهور.
  - أولت الدراسات العربية اهتماما كبيرا لدراسة القنوات الفضائية العربية، ووسائل الإعلام الغربية، في حين اهتمت الدراسات الغربية بدراسة وسائل الإعلام الوطنية (نقصد بالوسائل الوطنية هنا وسائل الإعلام التي تبث داخل حدود الدولة).
  - اعتمدت أغلب الدراسات العربية على نظرية الأجندة كمنظور لدراسة مضمون الأخبار وطريقة معالجتها كمنظور للدراسة، أما بالنسبة للدراسات الأجنبية فانصب اهتمامها في دراسة الأطر الإعلامية التي تعتبر تطور طبيعي لنظرية الأجندة.
  - تشابهت نتائج الدراسات العربية من حيث سيطرة المواضيع السياسية على مضامين الأخبار في التلفزيونات العربية الوطنية منها والفضائية.

6. فرضيات الدراسة: يجب على الباحث أن يقوم بوضع الفرضية أو الفرضيات التي يعتقد بأنها تؤدي إلى تفسير مشكلة البحث، ويمكن تعريفها بأنها تفسير مقترح أو تفسير مؤقت للمشكلة موضوع الدراسة (20)، فهي تساعد على بلورة مشكلة البحث، وتعمل كإطار منظم لعملية جمع وتحليل البيانات وتفسير نتائج البحث. وانطلقت هذه الدراسة للتحقق من مجموعة من الفروض سنوردها كما يلي:

الفرضية الأولى: تهتم الأخبار في التلفزيون الجزائري في انتقائها للأحداث وترتيبها، بالتركيز على المواضيع السياسية الخاصة بالسلطة.  
مؤشرات الفرضية:

- ✓ مواضيع الأخبار التي وردت في نشرة الثامنة.
- ✓ ترتيب مواضيع الأخبار في نشرة الثامنة.
- ✓ عدد الأخبار في نشرة الثامنة.
- ✓ أنواع التغطيات الإعلامية الإخبارية للأخبار في نشرة الثامنة.
- ✓ المساحة الزمنية التي تشغلها مواضيع الأخبار في نشرة الثامنة.
- ✓ أنواع المصادر التي اعتمد عليها في تغطية مواضيع نشرة الثامنة.
- ✓ القيم السائدة في مواضيع الأخبار.
- ✓ أشكال الأخبار التي وردت ضمنها الأخبار في نشرة الثامنة.
- ✓ نوع الصور المصاحبة للأخبار في نشرة الثامنة.

الفرضية الثانية: تختلف الأطر الإعلامية التي يعتمد عليها القائمون على الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري باختلاف المواضيع التي تعالجها.  
مؤشرات الفرضية:

- ✓ الأطر الإعلامية حسب مواضيع الأخبار.
- ✓ الأطر الإعلامية حسب أشكال الأخبار.
- ✓ الأطر الإعلامية حسب المجال الجغرافي.

الفرضية الثالثة: يملك الجمهور الجزائري اتجاهات سلبية تجاه الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري.

مؤشرات الفرضية:

- ✓ عادات وأنماط التعرض للأخبار.
- ✓ نوع المواضيع التي تعالجها الأخبار.
- ✓ حجم ونوع التغطية الإعلامية للأخبار.
- ✓ المصدقية في طرح الأخبار.
- ✓ تبعية التلفزيون للدولة.
- ✓ تهميش القضايا التي تهم الجمهور.
- ✓ انحياز الأخبار لأطراف معينة.
- ✓ عدم مطابقة مراكز اهتمام الجمهور مع مواضيع الأخبار في نشرة الثامنة.

#### 7. تحديد أهم المفاهيم للدراسة:

يعتبر تحديد المفاهيم التي سيتم اختبارها ودراستها من أساسيات البحث العلمي، ذلك أن الكثير من المفاهيم يدل على معانٍ مختلفة، فالمفهوم الواحد قد يعني شيئاً معيناً في أحد العلوم، ولكنه يني شيئاً مختلفاً في علم آخر، كما أن المفهوم الواحد قد يدل على أكثر من معنى في مجال التخصص، لذلك وجب تحديد مفاهيم الدراسة وتحديد المعاني التي يقصدها الباحث عند استعماله لتلك المفاهيم.

#### 1.7. الخبر التلفزيوني:

يعد الخبر التلفزيوني أساس العمل الإخباري في التلفزيون، فالخبر في التلفزيون يختلف عن الخبر في الإذاعة وفي الصحافة المكتوبة رغم أنها جميعاً تشترك في مفهوم كون الخبر "هو الوصف الدقيق والصادق لحادثة أو واقعة لمجموعة من الحوادث أو فكرة صحيحة ترتبط بمصالح الناس وتثير اهتمامهم<sup>(21)</sup> وقد اجتهد العديد من المختصين والباحثين لصياغة مفهوم الخبر التلفزيوني تشترك معظمها في المزج بين خاصتي الصوت والصورة، منها:

"الخبر التلفزيوني هو الخبر الذي يتكون من اللقطات المصورة الواحدة تلو الأخرى، تمزج بتعليق صوتي، فهو خبر مصور ينشأ في موقع الحدث وتتولى أطقم التصوير الإخبارية (المصور المندوب، مسجل الصوت، موزع الإضاءة) نقله أو تسجيله على أفلام أو شرائط." (22) وقد ركز هذا التعريف على الطريقة التي ينتج بها الخبر التلفزيوني وركز أيضاً على خاصية الصورة، لكن يجب الإشارة إلى أطقم التغطية يستحيل أن تتواجد في الوقت نفسه الذي يحدث فيه الخبر كل مرة، لذلك لا يمكن دوماً أن

نتصور الخبر لحظة وقوعه وهو يقع على الرغم من ما وفرته لها التكنولوجيا الحديثة من وسائل تنقل الخبر فور وقوعه، لكنها تنقله لحظات بعد وقوعه وقلما تنقله وهو يحدث.

كما يعرف الخبر التلفزيوني على أنه "تقديم معلومات وتفاصيل عن حدث ما بواسطة الصورة والصوت وإن لم تتوفر المادة المصورة هناك وسائل إيضاح يمكن الاستعانة بها حيث يتكون من عدة لقطات تشكل في مجموعها مشهدا ويستغرق عرضه عدة دقائق، ويبقى الخبر ما تقرره المؤسسة الإخبارية أن يكون كذلك ما بين كل الأحداث التي تقع." (23) وقد أضاف هذا التعريف إلى التعريف الذي سبقه إمكانية توظيف وسائل الإيضاح في حال عدم توفر صور حية عن الخبر، وأن الخبر هو مشاهد تتكون من تسلسل عدة لقطات، وأن المؤسسة التلفزيونية هي التي تقرر نقل الخبر من عدمه وشكل وطريقة نقله.

ومفهوم الخبر التلفزيوني مركب في مفهومين: الخبر وهو المعلومات والتفاصيل عن حدث ما، والتلفزيون الوسيلة التي تنقل عبرها تلك المعلومات إلى الجماهير، ويأخذ الخبر خصائصه من خصائص الوسيلة التلفزيونية التي تنقله.

ويمكن أن نخلص إلى تعريف إجرائي للخبر التلفزيوني: أنه نقل وعرض معلومات وتفاصيل عن حدث ما بواسطة التلفزيون، وبالاعتماد على التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال والأقمار الصناعية، ووكالات الأنباء العالمية والمحلية وشبكة المراسلين والمندوبين والموفدين، يتم نقل الخبر بالصوت والصورة على المباشر أو مسجل على أشرطة، ويجب أن تثير المعلومات المنقولة من مكان الحدث اهتمام أكبر عدد من المشاهدين وتحقيق رغبتهم في معرفة الأخبار ويبقى اختيار الأخبار وطريقة تنسيقها وعرضها يخضع للسياسة العامة للقناة التلفزيونية.

## 2.7. النشرة الإخبارية:

لغة: يشتمل المصطلح على لفظين هما:

**النشرة:** جمع نشرات من نشرة، ورقة كتب فيها شيء ونشرت بين الناس (24)، ويقال نشرة أسبوعية ونشرة شهرية (25)، والنشرة بيان ينشر ليعلم ما فيه. النشرة عبارة عن مطبوعة غير دورية يقل عدد صفحاتها عن الخمس، ولا يزيد عن ثمانية وأربعين صفحة، تسلم للأفراد باليد أو بالبريد، لعرض سياسة جديدة أو خدمة أو برنامج أو لتقديم سلعة على شكل يختلف عما اعتاده العملاء، كما قد توضح نصوصها بالرسومات، وتتميز النشرة بانخفاض أعدادها، والنشرة الموجهة للجرائد والمجلات ووكالات الأنباء وغيرها من وسائل النشر، تحتوي على أخبار ومعلومات توضح الخطوات التي أدت إلى اتخاذ قرارات أو خطة سياسية معينة، وتستخدم في حالة الرغبة في الوصول إلى عدد كبير من الصحافيين أو في حالة ما لم تكن هناك فائدة من عقد مؤتمر لهم. (26)

**الخبر:** إن الخبر هو العنصر الأساسي في العملية الإعلامية، سواء في مجال الصحافة أو الإذاعة أو قنوات التلفزيون أو شبكات البث الفضائي، وهو المادة الخام التي يقوم عليها الإعلام، لذلك تسعى

- وسائل الإعلام للحصول عليه من مصادره المختلفة. لقد تعددت تعريفات الخبر، وتعذر وضع كل معانيه في لفظ واحد ومحدد، ولا يزال يفتقد إلى تعريف موحد يتفق عليه المختصون في مجال الإعلام، وذلك لعدة أسباب نذكر منها:
- أن الخبر يرتبط بحاجات إنسانية تختلف باختلاف ظروف المكان والزمان، وبالتالي لا يمكن قياسه كما هو الحال في العلوم الدقيقة. (27)
  - يرتبط الخبر ارتباطا وثيقا بالحياة اليومية للإنسان، فيمثل نمطا غير ثابت وغير مستقر وهذا يضعف من دقة تحديده. (28)
  - يرتبط الخبر ارتباطا وثيقا بالمجتمع وتختلف المجتمعات فيما بينها حضاريا، وثقافيا وسياسيا، لذلك يختلف مفهوم الخبر في المجتمعات المتقدمة عنه في المجتمعات النامية. (29)
  - التطور التاريخي لوسائل الاتصال الجماهيري وتعدد وسائله، من حيث أن ظهور وسائل إعلام جديدة كان دائما ما يضيف إلى تعريف الخبر ويحذف منها ليتوافق التعريف مع الوسائل الجديدة. (30)
  - ويعود تعدد مفاهيم الخبر لتعدد وسائل الاتصال فالخبر المطبوع يختلف عن الخبر المسموع أو المرئي، أو الإلكتروني.
  - يصعب تحديد مفهوم الخبر نظرا لتنوع الجماهير واختلافهم النسبي وفقا للخصائص الديمغرافية، فأحداث معينة تعد أخبارا بالنسبة لجمهور معين، وليست أخبارا عند جمهور آخر، فمفهوم الخبر عند فئة الشباب يختلف عن مفهومه عند فئة كبار السن وهكذا... الخ.
- ورغم أن تعاريف الخبر اختلفت باختلاف الفلسفات الفكرية التي ينظر له من خلالها، غير أنها تشترك في مجموعة من العناصر:
- وجود حدث أو واقعة أو قضية مهمة لها وجود مكاني وزماني.
  - آثاره تتعدى الفرد وتلقي بظلالها على المجتمع.
  - أن يتصف بالجددة والحدثية.
  - فيه قدر كاف من المصدقية والموضوعية.
  - يثير اهتمام الجمهور أو على الأقل تقدير جزء منهم.
- ورغم كثرة التعريفات وتنوعها إلا أن ذلك ما يزال يمثل إشكالية، لكن الخبر يعني كل جديد وبهم الناس، وهي خاصية تلازم كل تعاريف الخبر. (31)
- ونشرة الأخبار** من نشر وانتشر الخبر، إنذاع ونشرت الخبر، انتشره وأنشره أي إذاعته. (32)

**اصطلاحاً:** النشرة الإخبارية هي نشرة تتضمن الأخبار المختلفة وتقوم بإصدارها وكالات الأنباء وكذا محطات الراديو والتلفزيون.<sup>(33)</sup> لقد عرّف هذا التعريف النشرة الإخبارية بأنها مجموعة من الأخبار المتنوعة، فالخبر الواحد لا يكون نشرة، وبين الجهات التي يمكن أن تصدرها وهي وكالات الأنباء والإذاعات والتلفزيونات، والنشرة الإخبارية لا تصدرها الصحافة المكتوبة.

وفي تعريف آخر نجد النشرة الإخبارية لا تزد عن أن تكون استعراضاً للأحداث يأخذ شكلاً مرئياً بالنسبة للتلفزيون، ويأخذ شكلاً مسموعاً بالنسبة للراديو، والنشرة الإخبارية في ذلك شأنها شأن أي برنامج إذاعي آخر... وتهدف إلى الإخبار كما يحدث على مستوى المجتمع المحلي، وعلى مستوى الوطن كله، وعلى مستوى العالم.<sup>(34)</sup> وقد أعطى هذا التعريف نشرة الأخبار صفة الاستعراض، وأنها برنامج مثل باقي البرامج في الإذاعة والتلفزيون هدفه إخباري، ويعرض الأخبار المحلية والوطنية والدولية.

وأيضاً نشرة الأخبار هي اصطلاح إذاعي يطلق على فترة زمنية تخصصها محطات الإذاعة والتلفزيون لتقدم بها ما وقع من الأخبار، ونظراً لحرص المحطات على تقديم خدمة إخبارية متصلة لإحاطة الجمهور بما يجري، فإنها تقدم أكثر من نشرة على مدى الأربع والعشرين ساعة يومياً، وتقدم هذه النشرات في مواعيد ثابتة يومياً، وتشتمل النشرات والتعليقات والمواجيز والتحليلات السياسية ورسائل المراسلين.<sup>(35)</sup> وقد أشار هذا التعريف إلى ثبوت مواعيد النشرات الإخبارية التي تيرمج يومياً في المحطات الإذاعية وقنوات التلفزيون، وعلى الأنواع التحريرية للأخبار التي تتضمنها نشرات الأخبار.

والنشرة الإخبارية أيضاً هي تلك البرامج التي تعرض للمستمعين والمشاهدين مجموعة من الحقائق التي تأكدت تماماً، أو مجموعة من الحقائق التي يتفق على حدوثها في المستقبل، أي ما يتوقع حدوثه أو ما يستجد من أحداث على ضوء الحدث الأساسي، وأنها من الأهمية بحيث تستدعي الضرورة التنويه عنها كي يكون الجمهور على علم مسبق بحدوثها، الأمر الذي يمكن من متابعتها وما تسفر عنه من نتائج.<sup>(36)</sup> وقد تطرق هذا التعريف إلى نوع الأحداث والحقائق التي تعرضها النشرة حيث يمكن عرض وقائع حدثت فعلاً، كما يمكن أن تنشر توقعات عن أحداث ستقع مثل التحضيرات لزيارة رئيس الدولة لمنطقة معينة.

كما تعرف النشرة الإخبارية أيضاً على أنها مجموعة من القصص الإخبارية والتي أصبحت هي الشكل السائد للخدمات الإخبارية التلفزيونية، يتخللها مجموعة من الأخبار القصيرة والمتفرقة، والتي لا يتم ترتيبها بشكل عشوائي بل يجري تقييمها وفق مكانتها وتسلسلها، ويعتبر تنسيق الأخبار وترتيبها داخل نشرة أخبار التلفزيون بمثابة المفتاح الذي يكسبها فعالية فائقة، وتحتوي النشرة على جميع القصص الإخبارية العالمية والمحلية، بالإضافة إلى جميع الأخبار القصيرة والهامة المتاحة.<sup>(37)</sup> وقد أضاف هذا التعريف بعض الأشكال الخبرية التي يتكون منها المزيج الإخباري في نشرة الأخبار في

التلفزيون، وذكر أهم نقطة في دراستنا هذه كون تلك الأشكال الخبرية لا ترتب بشكل عشوائي، بل تخضع للتقييم وفق مكانتها وطريقة تسلسلها، وأن هذا الترتيب والتنسيق للأخبار داخل النشرة التلفزيونية هو ما يجعلها فعالة ومؤثرة.

وتأسيساً على ما سبق يمكن القول بأن النشرة الإخبارية هي من بين أهم أشكال البرامج الإخبارية وتتكون من مجموعة أخبار متنوعة ومهمة للمستمع أو المشاهد، وتقدم في مدة زمنية تتراوح غالباً ما بين 10 دقائق إلى 15 دقيقة، ولها مواعيد ثابتة يومية على خريطة المحطة الإذاعية والتلفزيونية، ويخضع ترتيب الأخبار في النشرة لاعتبارات متعددة أهمها الفورية ومدى أهمية الخبر لمستمعي أو مشاهدي المحطة. (38) وقدّم هذا التعريف إضافة إلى التعريف الذي سبقه القيم التي على أساسها ترتب الأخبار، وقال أنها ترتب حسب الفورية وأهمية الخبر لدى الجمهور، كما حدد هذا التعريف الفترة الزمنية التي تستغرقها النشرة من 10 إلى 15 دقيقة.

وهي شكل من أشكال تقديم المواد الإخبارية في أوقات محددة من خلال الإذاعة والتلفزيون، وتتضمن القصص الخبرية وبعض الأخبار القصيرة وتقارير المندوبين المرسلين في الداخل والخارج والتصاريح التي يحصلون عليها، حيث يستدعي الأمر الاستشهاد بمصادر الأخبار لمزيد من الواقعية، ويحتاج تنفيذ نشرات الأخبار إلى جهد جماعي يستهدف في المقام الأول تقديم خدمة إخبارية تحظى باهتمام المستمع والمشاهد وربطه بكل ما يدور حوله محلياً وإسلامياً وعالمياً، بحيث يعيش أحداث مجتمعة وعصره والتفاعل معها من خلال وعي مستنير ومتابعة أحداث مجتمعه اليومية، ويعتبر الخبر العمود الفقري لكل النشرات الإذاعية والتلفزيونية ومن دونه لا يوجد اللقاء الخبري أو التحليل الخبري أو التحليل الخبري أو غيرهما، لهذا يتم تلخيص الأحداث الهامة ومتابعتها، ثم إعدادها وتقديمها في أوقات محدودة ومعروفة للمستمعين أو المشاهدين بأسلوب شيق وممتع وفي أشكال خالية من التعقيد. (39) وهو أشمل تعريف مقارنة بكل التعاريف السابقة، حيث ذكر فيه أن إعداد نشرة الأخبار هو عمل فريق وجهد جماعي، وتتضمن النشرة أشكالاً وأنواعاً خبرية متعددة، ويتميز عرض هذه الأخبار بطريقة شيقة تخلق المتعة.

وهناك من يسمي نشرة الأخبار التلفزيونية بالجريدة المصورة، وعادة ما يطلق عليها نشرة الثامنة أو النشرة الرئيسية في التلفزيون الجزائري تحديداً، بحيث تعتبر نشرة الثامنة جريدة تعرض يومياً على الساعة الثامنة مساءً باللغة العربية، ويتولى إعدادها طاقم من الصحفيين والتقنيين وهي النشرة الوحيدة التي تعمل على الإلمام بكل المواضيع الإخبارية المختلفة بتحليل أكثر، وهذا ما جعلها تلقي اهتماماً كبيراً من طرف القارئ عليها وحدد توقيتها بنصف ساعة أو أكثر.

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن أن نخلص إلى مجموعة من الخصائص التي تحدد ملامح

النشرة الإخبارية:



- أنها شكل من أهم أشكال البرامج الإخبارية في التلفزيون تضم مجموعة من الأخبار والتقارير المصورة تغطي أحداثا آنية أو مستقبلية.
- تصاغ الأخبار بأشكال فنية متنوعة، وترتب في النشرة وفقا لتسلسل يرتبط بأهمية قيمها ووزنها وصفاتها الإخبارية.
- يعمل على إعدادها فريق من الصحفيين والتقنيين.
- لها مواعيد محددة وثابتة في خارطة برامج التلفزيون، وتبنى بقية البرامج وترتب وفقا لوقت بثها، قبل النشرة وبعد النشرة حسب أهميتها.

### 3.7. معالجة الأخبار:

قبل التطرق إلى تعريف مفهوم معالجة الأخبار ارتأت الباحثة أن نعرض أولا إلى مفهوم مشابه لمفهوم المعالجة وهو صناعة الأخبار. حيث لم يعد الخبر مجرد وصف اعتيادي معين يحظى بالاهتمام، بل أصبح صناعة مميزة لها سماتها الخاصة، صناعة دخلت وتفاعلت فيها عدة عوامل ساهمت في تطور أساليبها ووسائل إيصالها إلى الجمهور.

ودخلت عملية جمع الأخبار وإعدادها وتوزيعها مرحلة مهمة من التطور الذي رافق ثورة الاتصال والمعلوماتية، وامتد هذا التأثير إلى صياغات الأخبار وقوالبها ولغتها وأساليب وطرق إيصالها إلى جمهورها المتخصص أو العام، تشكل في صناعة إعلامية تتنافس فيها كل وسائل الإعلام والتلفزيونات، ودفعت بها إلى البحث الجاد عن أفضل السبل والأساليب للوصول إلى الجمهور.<sup>(40)</sup> كما أدى تطور عملية التخطيط الإعلامية وتعدد أساليبها إلى بروز مصطلح تكوين الأخبار أو صناعة الأخبار، وهو مصطلح يشير إلى حجم التغطية الإخبارية الهائل، وإلى تصنيع الأحداث وتوزيعها عبر الوسائل الإخبارية المقروءة والمسموعة والمرئية، بعد إخضاع الأخبار التي يبرقها المرسلون إلى عملية تكرير يخرج منها الخبر على شكل مادة خبرية مصنعة تحمل بصمات تلك القناة أو تلك المحطة أو تلك الوكالة.<sup>(41)</sup>

إن صناعة الخبر عملية تكوين رسالة اتصالية لها علاقات تأثير أو تأثر أو كلاهما بأبعاد العملية الاتصالية الأخرى وتستعين بنتائج العلوم المختلفة وبالأساليب والتقنيات الفنية، وبالوسائل التقنية في تحويل الأحداث والوقائع والمعلومات والآراء المتيسرة، والتي تضمن قيما إخبارية تهم الجمهور أو المؤسسة الاتصالية أو كليهما إلى أخبار تتسم بالآنية والأهمية وتتصف بالصدق والدقة والموضوعية والحياد والتوازن، وتلتزم أخلاقيات المهنة الصحفية، وتمر بثلاث مراحل هي: جمع المعلومات، وتحريرها، ونشرها، وتتأثر مراحل صناعة الخبر بالسياسة الإعلامية التي تنتهجها المؤسسة الاتصالية، وبطبيعة النظام السياسي والاجتماعي والاقتصادي والثقافي والديني الذي تعمل في ظله المؤسسات الاتصالية.<sup>(42)</sup>

ويتضمن هذا التعريف ما يلي:

- أن صناعة الخبر هي عملية تكوين لرسالة اتصالية تأخذ بعين الاعتبار علاقات التأثير بكل بعد من أبعاد العملية الاتصالية، والتي حددت وفقا للعديد من الدراسات الإعلامية، فضلا عن بعد الرسالة بالأبعاد الآتية: المصدر الاتصالي (القائم بالاتصال، المرسل، المندوب، أو المؤسسة الاتصالية)، الوسيلة الاتصالية، الجمهور، التغذية المرتدة، جو الاتصال.
- تستعين صناعة الخبر بنتائج النظريات العلمية المتعلقة بكل بعد من أبعاد العملية الاتصالية لتحقيق الإقناع في الخبر، وهي تستعين أيضا في بناء الخبر بالأساليب الفنية المتطورة والتقنيات الفاعلة على صعيد الشكل والمضمون لإضفاء سمات القوة والجادبية على الخبر.
- استعانة الخبر بالوسائل التقنية على مستوى جمع المعلومات والصور والأشكال التوضيحية وتحريرها ونشرها، لأنها توفر للصحفي قيمة الآنية والسرعة في مراحل تغطية الخبر كافة وتضفي على الخبر اللمسات الواقعية والفنية.
- لا بد من أن توفر في الأحداث والوقائع والمعلومات والآراء التي تحول إلى أخبار قيما إخبارية تهم المؤسسة الاتصالية أو الجمهور أو كليهما، والتي تكون بمثابة معيار لاكتساب أحقية النشر من عدمه.
- ولأخبار شروط يجب توافرها في وسائل الإعلام التي تنظر إلى الخبر من معيار مهني وأخلاقي ومنها، توفر الصدق والموضوعية والدقة والحياد والتوازن، ويجب أن تراعي القيم والمعتقدات والأعراف السائدة، وأن تبتعد الأخبار عن القذف والتشهير والإثارة الرخيصة.
- تمر عملية إنتاج الأخبار بالمراحل الآتية:
  - جمع المعلومات من مصادرها: وهي عملية تشمل جمع المعلومات من المصادر الأساسية والثانوية للخبر.
  - معالجة المعلومات: وهي تشمل انتقاء المعلومات التي يتقرر استخدامها كمادة للخبر والتأكد من مصادرها وإعادة تحريرها، وهذه العملية تخضع لمعايير عديدة أهمها السياسة الإعلامية للمؤسسة الاتصالية، واعتباراتها المهنية والأخلاقية والطموحات الذاتية والموضوعية للقائمين بالاتصال، وطبيعة جو الاتصال، وحدود الحريات الصحفية في التعامل مع القضايا الحساسة، ومدى احترافية الإعلاميين، والكيفية التي تتم صياغة الأخبار بها، واختيار العناوين والمكان الذي يمثله في البناء الإخباري وطريقة إخراجها.

- **نشر الأخبار:** وهي عملية يتم بموجبها إتاحة التعرض للمادة الإخبارية عبر نشرها أو بثها في الوسائل الاتصالية، ما يكسبها سمة الانتشار وإمكانية التلقي من قبل الجماهير.
- تتأثر صناعة الخبر وبمراحلها كافة بالسياسة الإعلامية التي تنتهجها المؤسسة الاتصالية، وبطبيعة فلسفة النظام السياسي والاجتماعي والاقتصادي والثقافي والديني الذي تعمل في ظله.
- من خلال هذا العرض الذي قدمناه عن صناعة الأخبار، يمكننا الوصول إلى تعريف معالجة الأخبار التي تختلف في الحقيقة عن صناعة الأخبار، فهي جزء منها ومرحلة من مراحل إنتاجها، فمعالجة الأخبار هي عملية انتقاء المعلومات التي يتقرر الاعتماد عليها في صياغة الأخبار والتأكد من مصادرها وإعادة تحريرها وصياغتها واختيار قوالبها ولغتها وأساليب وطرق إيصالها إلى جمهور المشاهدين.
- ومعالجة الأخبار** تختلف عن تغطية الأخبار في كون هذه الأخيرة (التغطية) هي جزء من معالجة الأخبار. فالتغطية الإخبارية هي عملية الحصول على المعلومات والتفاصيل الخاصة بحدث أو واقعة ما، ويقوم بهذه المهمة صحفي متخصص وعليه أن يرجع إلى المصادر الأصلية للمعلومات والمشاركين فيه وشهود العيان.<sup>(43)</sup> وهي عملية الحصول على بيانات وتفاصيل حدث معين والمعلومات المتعلقة به، والإحاطة بأسبابه ومكان وقوعه وأسماء المشتركين فيه وكيف وقع ومتى وقع... وغير ذلك من المعلومات التي تجعل الحدث مالكا للمقومات والعناصر التي تجعله صالحا للنشر، فالتغطية هي التي تحول الحدث إلى خبر يستحق النشر.<sup>(44)</sup> والتغطية الإخبارية هي أحد أشكال التغطية الصحفية وتتضمن مجموعة من الخطوات يقوم من خلالها المحرر بالبحث عن بيانات ومعلومات عن التفاصيل والتطورات والجوانب المختلفة لحدث أو واقعة أو تصريح ما، أو بمعنى آخر يجيب عن كل الأسئلة التي قد تتبادر إلى ذهن القارئ بشأن هذه الواقعة أو الحدث أو التصريح، ثم يقيم هذه المعلومات ثم يحررها بأسلوب صحفي مناسب بالتغطية الإخبارية.<sup>(45)</sup>
- ومن خصائص التغطية الإخبارية يمكن أن نضيف:
- تباين أنواع التغطية الإخبارية بحسب معايير التصنيف، فتنقسم بحسب معيار توقيت حدوثها إلى حدوث إلى: التغطية التمهيدية، التغطية التقريرية أو التسجيلية، تغطية المتابعة، وبحسب اتجاه المضمون إلى: تغطية محايدة، التغطية التفسيرية والتغطية المنجزة أو الملونة.<sup>(46)</sup>
- اعتماد التغطية الإخبارية المصادر الإخبارية الموثوق بصحتها.
- الحدث أو القضية أو التصريح الذي يجري تغطيته يتصف بالأهمية بالنسبة للمتلقين.
- اعتماد الصور التلفزيونية الثابتة أو المتحركة أو كلاهما لمرافقة الخبر.
- بث التغطية الإخبارية للحدث أو الواقعة أو التصريح عبر التلفزيون.

وتنقسم التغطية حسب معيار توقيت حدوثها إلى: تغطية تمهيدية، تغطية تقريرية، تغطية تسجيلية— تغطية المتابعة، ومن أشكالها: التقارير، خبر عاجل، تقرير موفد، وصوت مراسل عبر الهاتف، وخبر اعتيادي وصوت شخصية عبر الهاتف.(47)

## 8. نظرية الأجندة كمنظور للدراسة.

### 1.8 تعريف نظرية الأجندة: *Agenda Setting Theory*

انطلقت بحوث الاتصال الجماهيري من افتراض أن وسائل الإعلام تمارس تأثيرات كبيرة على الجمهور، حيث لعبت هذه الوسائل دورا كبيرا في نجاح الدعاية النازية في الثلاثينات من القرن الماضي، كما ساهمت وسائل الإعلام في تقديم الدعم الجماهيري والحشد في الحرب العالمية الثانية، وتطورت إلى النظرة التي قدمها كلايبر *Klapper* وآخرون مع مطلع الستينات من القرن نفسه، والتي ترى أن هذه الوسائل ذات تأثيرات محدودة في الاتجاهات والسلوك، ثم شهدت طفرة أخرى خلال السبعينات من ذلك القرن حيث وصلت إلى دراسات وضع الأجندة أو ما يعرف بترتيب الأولويات(48)، التي تهتم بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجماهير التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا والأحداث على اختلاف مواضيعها.

تتطلق هذه النظرية من فكرة أنه مثلما يحدد جدول الأعمال في أي لقاء ترتب الموضوعات التي تناقش بناء على أهميتها، فوسائل الإعلام لها جدول أعمالها الخاص التي تحدد على ضوءه الأهم والأقل أهمية من القضايا والمواضيع والأحداث التي تثيرها.

فهي تهتم بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجماهير التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تهتم المجتمع، كما تفترض أن وسائل الإعلام لا تستطيع تغطية جميع الموضوعات، لذا يختار القائمون على هذه الوسائل بعض القضايا والأحداث التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها، وهذه القضايا تثير اهتمامات الناس تدريجيا، وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها ويقلقون بشأنها.(49)

فتركيز وسائل الإعلام على قضايا معينة أو مجموعة من القضايا بشكل متكرر ومستمر، يجعل جمهور وسائل الإعلام يعتقد ويتبنى هذه القضايا كقضايا أكثر أهمية من غيرها، وتركيز وسائل الإعلام حول موضوع معين يؤدي إلى إهمال الجمهور المتلقي الكثير من المسائل المهمة حوله التي أهملتها وسائل الإعلام.

ويؤكد الباحثون في مجال الإعلام على وجود ارتباط بين أجندة وسائل الإعلام وأجندة الجمهور، ويتضح هذا الارتباط في شكل علاقة تتزايد قوتها حتى تصل لأقصى مدى لها ثم تتخف تدريجيا.(50)

كما أشار *Funkhouser* عام 1973 إلى أن محتوى وسائل الإعلام علاقة ذات مستويين: الرأي العام والواقع، فيما يتعلق بالرأي العام فإن هناك علاقة قوية بين حجم وكتافة تغطية هذه الوسائل للقضايا وبين تقدير الجمهور أو الرأي العام لأهمية هذه القضايا، أما المستوى الثاني فيوضح أن تلك القضايا التي يوليها الرأي العام أهمية كبيرة هي نفسها القضايا التي تهتم بها تلك الوسائل وتغطيها إعلامياً بشكل مكثف.<sup>(51)</sup> وقد حاول بعض الباحثين صياغة تعريف للأجندة نذكر منهم :

*Iyengar and Simon*: "إن وضع الأجندة يمكن تعريفها بأنها قدرة المواد الإخبارية التي تبثها وسائل الإعلام المختلفة على معرفة وتحديد القضايا المهمة خلال فترة زمنية معينة.<sup>(52)</sup>

أعطى تعريف الأجندة بهذه الطريقة قوة كبيرة وتأثير فعال لوسائل الإعلام على استشعار وتحديد القضايا التي تهتم الجماهير في فترة زمنية معينة، على الرغم من أن هذه القضايا قد لا تكون بتلك الأهمية، وقد تكون هناك قضايا أهم يتحدد على أساسها مصير الجمهور لكن إهمالها من طرف وسائل الإعلام همشها ولم يترك لها مجالاً للبروز.

أما *Mcquail*: فنظر إلى المردود التأثيري لوضع الأجندة في الجمهور من خلال تعريفه أن وضع الأجندة "عبارة عن تلك العملية التي تؤثر من خلالها وسائل الإعلام سواء بصورة مقصودة أو غير مقصودة في جمهورها من خلال ما تعرضه من قضايا وأحداث إخبارية وبروزها ضمن مضامينها المختلفة، وهو ما يفترض أن تزايد اهتمام هذه الوسائل بتلك القضايا والأحداث يجعلها مهمة وبالتالي تزايد أهميتها لدى هذا الجمهور.<sup>(53)</sup>

ويشير *Mcquail* في هذا التعريف إلى طبيعة العلاقة بين أجندة وسائل الإعلام وأجندة الجماهير، بحيث يرى أن أجندة وسائل الإعلام تعيد ترتيب أولويات الجماهير، حيث كلما أعطت وسائل الإعلام أهمية واهتمام مكثف لقضية معينة، كلما قام الجمهور بإعادة ترتيب أهمية هذه القضية في أجندته اعتقاداً منه بأهميتها نظراً لاهتمام وسائل الإعلام بها.

وعلى الرغم من أن بعض الباحثين أشاروا في تعريفاتهم إلى أنه لا يقتصر النظر إلى مفهوم وضع الأجندة على وجود التوافق بين بروز القضايا بوسائل الإعلام والجمهور فقط، لكنه يجب أن يشمل أيضاً بروز السمات المختلفة سواء كانت لقضايا وموضوعات أو أشخاص أو أشياء وأحداث أخرى، إلا أن المفهوم الذي بقي مسيطراً على بحوث وضع الأولويات حتى وقتنا الحاضر يأخذ في الحسبان أجندة القضايا أو الموضوعات فقط، حيث يتم الربط بين الموضوعات التي تطرحها وسائل الإعلام وبين إدراك الجمهور لتلك الموضوعات.<sup>(54)</sup>

**2.8 نشأة وتطور نظرية الأجندة:** يرجع الباحثون في تاريخ وضع الأجندة إلى أن أول إشارة مباشرة إلى وظيفة وضع الأجندة ظهرت عام 1958 في مقال لنورتن لونج *Norton Long*، إلا أن أفضل تصريح حول هذه الوظيفة ظهر لدى برنارد كوهين *Bernard Cohen* في كتابه (الصحافة والسياسة الخارجية) عام 1963 والذي قال فيه بأن الصحافة (وسائل الإعلام) يمكن أن لا تكون ناجحة كثيراً في

أن تقول للناس بماذا يفكرون، ولكنها ناجحة إلى حد كبير في أن تقول للقراء عن الأشياء التي يفكرون حولها. (55)

وتنسب نظرية الأجندة إلى كل من *Mccombs and show* عام 1972 عندما حاولا تفسير كيفية تفكير الناس في بعض القضايا الاجتماعية، واختلاف معدل الاهتمام بها، فقد توصلا إلى وجود ارتباط دال بين حجم تغطية وسائل الإعلام لهذه القضايا ومعدلات هذه التغطية وبين الأهمية التي يوليها جمهور هذه الوسائل لتلك القضايا، وهذه النتيجة تؤكد أن بروز القضايا لدى هذا الجمهور يتأثر بشدة بتعرضه للوسائل نفسها التي تتناول هذه القضايا، وتجدر الإشارة في ذلك إلى أن بحوث وضع الأجندة لا تركز على الآراء حول القضايا وإنما يكون تركيزها على بروز هذه القضايا. (56)

وتتبع هذه النظرية في أساسياتها من قدرة وسائل الإعلام الإخبارية على إبراز أهمية القضايا السياسية وتشكيلها بذهن الجمهور، وبشكل مبسط تقترح النظرية أن لوسائل الإعلام دورا في انتقاء وتسليط الضوء على بعض القضايا أو الأحداث أو الشخصيات المعينة عبر تكرار هذه العملية ومن واقع الإنسان بين ما تقدمه وسائل الإعلام، يبدأ الجمهور في تبني الأجندة التي تطرحها هذه الوسائل الإخبارية بما يقوده للتصديق والافتناع الفعلي بأهمية بروز هذه الأحداث والشخصيات والقضايا دون غيرها. (57)

ومنذ نشأة نظرية الأجندة أقبل الباحثون على اختبار افتراضاتها بصورة كبيرة، ويمكن أن نلخص مراحل تطور الأجندة كما قسمها ماكومبس *Mccombs* إلى أربع مراحل وهي (58):

**المرحلة الأولى:** دراسة *Mccombs and show* عام 1972، والتي أثبتت أن هناك ارتباط بين أجندة وسائل الإعلام وأجندة الجمهور.

**المرحلة الثانية:** عندما كرر هذان الباحثان عام 1977 تطبيق افتراضات نظرية الأجندة من خلال دراسة تناولت القضايا البارزة لدى الناخبين وقد أكدت نتائجها أن هؤلاء الناخبين الذين يتعرضون بصورة كبيرة لوسائل الإعلام تتأثر أجندة اهتماماتهم بالقضايا المختلفة المطروحة ضمن أجندة هذه الوسائل.

**المرحلة الثالثة:** (دراسة المتغيرات الوسيطة): بالرغم من أن الدراسات الأولى والمبتكرة في مجال وضع الأجندة تناولت بالرصد والتحليل الارتباط المباشر بين أجندة وسائل الإعلام ومثيلتها لدى الجمهور، فإن دراسات أخرى تلتها أكدت نتائجها على وجود مجموعة من المتغيرات الوسيطة المؤثرة في عملية وضع الأجندة، وتعد دراسة: *Weaver, Graber, Mccombs and Eyal* التي أجروها على الناخبين أثناء حملات الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 1976 دراسة رائدة في هذا المجال، فقد كشفت نتائجها عن وجود تأثيرات لمتغيرات أخرى وسيطة كالمهنة والمستوى التعليمي ومحل الإقامة، وكلها متغيرات تلعب دورا مؤثرا في تحديد أولويات اهتمام هؤلاء الناخبين، إضافة لتأثير الأجندة الإعلامية.

المرحلة الرابعة (التساؤل عن من يضع أجندة وسائل الإعلام؟): ويمكن أن نطلق عليها أيضا مرحلة الانتقال لدراسات بناء الأجندة، فقد درس كل من الباحثين *Kurt Long and Gladly Engel Long* عام 1983 العلاقة بين الصحافة والرأي العام من خلال أزمة أو فضيحة ووترغيت *Watergate* الشهيرة، وأثبتنا أن الفرضية الأصلية لنظرية وضع الأجندة تحتاج إلى توسيع مداها واقترحا توسيع المفهوم ليشمل مفهوم بناء الأجندة، وتمثل دراسة *Shoumkher and Reese* التي أجريت عام 1991 مثالا جيدا لدراسات هذه المرحلة، فقد تناولت هذه الدراسة دور المصادر المختلفة في عملية وضع أجندة وسائل الإعلام.

وعلى الرغم من أن جميع الدراسات الأولى التي اختبرت نظرية وضع الأجندة برهنت على صحة افتراضاتها من خلال إجراء الدراسات الميدانية، فالدراسات التجريبية أيضا شكلت مرحلة مهمة ضمن مراحل تطور هذه النظرية، من خلالها اكتشف *Iyengar* وزملاؤه أيضا طريقة خاصة تؤثر من خلالها المواد الإخبارية التي تتضمنها نشرات التلفزيون أثناء الانتخابات الرئاسية الأمريكية، فمن خلال وضع أجندة الحملات الانتخابية تحدد وسائل الإعلام أيضا المعايير التي يتم بمقتضاها تقييم المرشحين الذين يخوضون هذه الانتخابات، وهي العملية التي أطلق عليها *Iyengar* وزملاءه مصطلح الاستثارة المعرفية *Priming* والتي تقوم من خلالها وسائل الإعلام بتغطية قضايا دون أخرى، وهي بذلك تحرف وتتلاعب بالمعايير التي يقيم في ضوءها الجمهور هؤلاء المرشحين.<sup>(59)</sup>

واستخدم مصطلح توجيه الاهتمام *Priming* إشارة إلى الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام من خلال وضع الأجندة بالنسبة لجمهور المتلقين، فهو رسم الاهتمام ببعض معالم الحياة السياسية كما يراها الآخرون، وتضع أخبار التلفزيون هذا المصطلح بما يشير إلى التعرف على الحكام السياسية وبدائل الخيارات، ومن هنا فإن قوة الأخبار التلفزيونية ووسائل الإعلام بصفة عامة لا تظهر فقط في الإقناع، ولكن في توجيه اهتمام الجماهير، والتعريف بالمعايير الكامنة لاتخاذ أحكامه.

وهكذا فإن وظيفة وضع الأجندة للاتصال الجماهيري تتمثل في مقدرتها للتأثير على تغيير المعرفة عند الأفراد وتقوم ببناء تفكيرهم، ومنه التأثير في المجتمع من خلال ترتيب القضايا الهامة التي تستلزم تعبئة مختلف مؤسساته لمواجهتها، بل إن من هؤلاء من يرى أنها عملية كلية تعكس التأثير المتبادل بين كل من الحكومات ومؤسسات الدولة، ووسائل الإعلام ثم المواطنين على بعضهم البعض. حيث تعمل الحكومات على توجيه أجنداث وسائل الإعلام لتبني وإبراز قضايا وأحداث معينة، تصنع أجنداث جمهورها من المواطنين خدمة لمصالح أجنداث الحكومات.

وهناك أيضا اتجاهان متعارضان يفسران إيجابية هذه العلاقة وقيام التأثير يلخصهما رنشارد كارتز وزملاؤه في الآتي:<sup>(60)</sup>

الأول: الذي يتبنى وجهة نظر حارس البوابة التي يرى أنّ لوسائل الإعلام قوة في مراقبة واختيار الأحداث وأنّ نتائج الاهتمام الانتقائي لوسائل الإعلام (لأي سبب أو في أي مناخ) تظهر غير كاملة ومتحيزة نحو إحساس المتلقين بالحقيقة، وهذه تشير إلى قوة وسائل الإعلام.

الثاني: يرى أنّ وسائل الإعلام تعمل كوكيل للمتلقين بصفتهم أعضاء في المجتمع، وتراقب حاجات الجمهور إلى معرفة المشكلات العامة والحلول الممكنة وهذه هي التي تحدّد اهتمام وسائل الإعلام، وكذلك الجمهور بالقضايا المختلفة.

وفي هذين الاتجاهين نتوقع من وسائل الإعلام اهتماماً بالموضوعات المختلفة وترتيبها في إطار أحد هذين الاتجاهين. وتوجد إستراتيجيتان أساسيتان لوضع الأولويات هما: (61)

- دراسة مجموعة من القضايا السائدة في وسائل الإعلام وعند الجمهور على فترة زمنية واحدة أو فترتين.

- دراسة قضية واحدة على فترات زمنية مختلفة، أي دراسة ممتدة.

ويستخدم أسلوب تحليل المحتوى لحصر الموضوعات التي تؤكد عليها وسائل الإعلام، ومن الأفضل أن يشمل تحليل المحتوى كل وسائل الإعلام مثل: الصحف والمجلات والراديو والتلفزيون، غير أنّ الباحثين يركزون غالباً على وسيلة واحدة أو وسيلتين على الأكثر، وعادة ما يتم اختيار التلفزيون والصحف اليومية، وعقد مقارنات بينهما.

أما قياس أولويات الجمهور فيتم من خلال أسلوب المسح بإحدى الطريقتين وهما: (62)

- توجيه الأسئلة المفتوحة مثل: ما هي أكثر القضايا السياسية من حيث الأهمية في المجتمع؟ ويتيح هذا الأسلوب حرية كبيرة من جانب المبحوثين في تحديد القضايا وترتيبها حسب إدراكهم الشخصي، ويفضل استخدام هذا الأسلوب مع الأشخاص الذين لديهم القدرة على التحقق من أفكارهم والتعبير عنها.

- توجيه الأسئلة المغلقة من خلال إمداد المبحوث بقائمة مختارة من الموضوعات التي يمكن أن تشكل الأولويات، على أن يقوم المبحوث بترتيب هذه القضايا حسب إدراكه الشخصي لكل منها، وميزة هذه الطريقة أنها تتيح للباحث أن يتأكد من أن كل المبحوثين لديهم نفس المصطلحات الشائعة، لكن عيب هذه الطريقة أنها تفترض أن المبحوث واع بكل القضايا العامة التي تتضمنها القائمة ولا تتيح له التعبير عن رأيه الشخصي في القضايا التي تخلو منها القائمة.



**3.8 العوامل المؤثرة في وضع الأولويات:** اهتمت معظم البحوث الخاصة بترتيب الأولويات بالعلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور في تحديد الاهتمامات، واختبار تأثير المتغير المستقل المتمثل في أجندة وسائل الإعلام على المتغير التابع المتمثل في أجندة الجمهور، هذا الاهتمام الذي انعكس بطريقة إيجابية على هذه النظرية، حيث ساهم في اتساعها وتعميقها وإبراز مرونتها وثنائها العلمي، لكن هذه البحوث لم تحدد بشكل قاطع من منهما يؤثر في الآخر.

فمن الممكن أنّ أجندة وسائل الإعلام تؤثر في أجندة الجمهور كما ينتهي الفرض الخاص بالنظرية، ولكن من الممكن أيضا أنه ربما تؤثر أجندة الجمهور في أجندة وسائل الإعلام، فمن الممكن أن تعكس وسائل الإعلام ببساطة اهتمامات الجمهور.

وعموما يمكننا رصد مجموعة من العوامل التي تؤثر في وضع الأولويات متمثلة في: طبيعة القضايا، أهمية القضايا، الخصائص الديموغرافية، الاتصال الشخصي، توقيت إثارة القضايا، نوع الوسيلة المستخدمة والمدى الزمني لوضع الأولويات.

**1/ طبيعة القضايا:** تنقسم القضايا وفقا لطبيعتها إلى قسمين (إما ملموسة أو مجردة)، ويقصد بالقضايا الملموسة تلك القضايا التي يعايشها أفراد الجمهور ويتمتعون حيالها بخبرات شخصية واحتكاك مباشر يسهل عليهم فهمها وتصورها، أما القضايا المجردة فهي تلك القضايا التي لا يتمتع حيالها أفراد الجمهور بخبرات شخصية واحتكاك مباشر ويصعب عليهم تصورها.<sup>(63)</sup>

بالنسبة لهذا المتغير فكما اختلف الباحثون في تصنيفهم للقضايا حسب طبيعتها ملموسة وغير ملموسة، اختلفت أيضا نتائج دراساتهم، فهناك من خلصت دراساتهم إلى تفوق وسائل الإعلام في وضع أجندة الجمهور بالنسبة للقضايا غير الملموسة عنها في حال القضايا الملموسة<sup>(64)</sup>، كون هذه الأخيرة ونظرا لطبيعتها الملموسة تتأثر فيها أجندة الجمهور بعوامل أخرى مثل الاتصال الشخصي وظروف العالم الحقيقي واحتكاكهم به، في حين خلصت دراسات أخرى إلى العكس، أي أنّ أجندة وسائل الإعلام لها القدرة أكثر على التأثير في أجندة الجمهور بالنسبة للقضايا الملموسة أكثر منها بالنسبة للقضايا المجردة، وأظهرت دراسات أيضا أن لتلك الوسائل دورها المؤثر في زيادة وضع أجندة الجمهور بالنسبة للقضايا الملموسة مقارنة بمثيلاتها المجردة.

**2/ الاتصال الشخصي:** يمكن للاتصال الشخصي أن يكون سلاحا ذو حدين في عملية وضع الأجندة، ومن الممكن أن يلعب دورا تدعيميا في بناء أجندة الجمهور عندما تتناول المناقشات الشخصية القضايا التي تناولتها وسائل الإعلام، كما يمكنه أن يحدّ من دور وسائل الإعلام في بناء أجندة الجمهور إذا تناولت المناقشات القضايا التي لم تتل سوى تغطية إعلامية محدودة.

**3/ المدى الزمني لوضع الأولويات:** يرتبط تأثير وضع الأجندة إلى حدّ ما بطبيعة القضايا محل هذا التأثير والتي تستغرق زمنا قصيرا أو طويلا، وعلى الرغم من عدم الانتهاء إلى فترة تقريبية يمكن أن ينتقل خلالها الأثر من أجندة وسائل الإعلام إلى أجندة الجمهور، فإن الباحثان لانج ولانج *Lang and*

Lang يشيران إلى أنّ انتقال الأثر يستغرق وقتاً طويلاً عندما يستعرضان عملياً بناءً أجددة وسائل الإعلام ، وهو موضوع أكثر تعقيداً من مفهوم وضع الأجددة، فيرى الباحثان أنّ بناء الأجددة يتم في ستة مراحل كالآتي<sup>(65)</sup>:

- ✓ تلقي الصحافة الضوء على بعض الأحداث وتجعلها بارزة.
- ✓ تحتاج بعض القضايا إلى قدر أكبر من التغطية لتثير الاهتمام.
- ✓ وضع القضايا أو الأحداث التي تثير الاهتمام في إطارها الذي يضيف عليها المعنى ويسهل فهمها وإدراكها.
- ✓ اللغة المستخدمة في وسائل الإعلام يمكن أن تؤثر على مدركات الجمهور لأهمية القضية.
- ✓ تقوم وسائل الإعلام بالربط بين الوقائع والأحداث التي أصبحت تثير الاهتمام، وبين بعض الرموز الثانوية التي يسهل التعرف عليها على موقع الخريطة السياسية، فالناس تحتاج أساساً لاتخاذ جانب ما من القضية (الثقة في الحكومة، المصادقية).

✓ بناء الأجددة يتم بسرعة ويزداد عندما يتحدث بعض الأفراد الموثوق فيهم في قضية ما. هذه المراحل التي تشير إلى أهمية عدد من المتغيرات التي تلعب دوراً في بناء الأجددة مثل الإطار، الرموز المستخدمة والكلمات واختيار الأشخاص الذين يعلقون على القضية والشخصيات التي تناقشها.

**4/ نوع الوسيلة الإعلامية المستخدمة:** تختلف وسائل الإعلام فيما بينها باختلاف طبيعتها واختلاف رسائلها واختلاف جمهورها على الرغم من أوجه الشبه بينها، وهو ما أوجد اختلافاً في تأثير نوع الوسائل التي يتعرض لها الجمهور في وظيفة وضع الأولويات التي لا ترتبط فقط بزيادة التعرض لوسائل الإعلام بل ترتبط أيضاً بنوع الوسيلة التي يتم التعرض لها.

حيث أشارت معظم الدراسات إلى أنّ التلفزيون والصحف يمارسان دوراً أساسياً في وضع الأجددة مع استبعاد الراديو<sup>(66)</sup>، مع أنه يجب تسجيل ما يواجهه التلفزيون والصحف من تحديات صعبة أمام تنامي الانترنت كوسيلة إعلامية معاصرة.

لكن من يضع أجددة وسائل الإعلام؟ وهل تعمل هذه الوسائل بمفردها على وضع الأجددة؟<sup>(67)</sup> إذا علمنا أنّ تحديد أجددة وسائل الإعلام لا يقف عند حدود انتقاء الموضوعات أو القضايا فقط، ولكن يمتد إلى اختيار مفردات النشر والإذاعة، ووسائل العرض والإبراز، وتكرار النشر والإذاعة بالشكل الذي يوفر تراكمات في المعلومات يسمح بجذب الانتباه ثم إثارة الاهتمام التي تضعها لها الوسيلة الإعلامية، وهذا ما يجعل الكثير من الباحثين والخبراء يشيرون إلى مفهوم حارس البوابة وإطار السياسات والضغوط الاجتماعية والنفسية التي يعمل في إطارها.

إلى جانب أنّ الوقائع والأحداث في حد ذاتها تحمل في ديناميكية حدوثها وعلاقتها درجة ما من درجات الأهمية في علاقاتها بالأفراد والجماعات والمجتمع، ما يجعلها تفرض نفسها على أجندة وسائل الإعلام دون تدخل ملموس من حارس البوابة.

وإن كانت دراسة فانكهوسر *Funkhouser* قد انتهت إلى أنّ التغطية الإخبارية لوسائل الإعلام لا ترتبط في كل الأحوال بالأحداث الحقيقية، بالإضافة إلى انسياب الأحداث في حد ذاتها، فإنّ هناك آليات أخرى تعمل بها وسائل الإعلام لزيادة اهتمام المتلقي بالقضايا التي يتعرض لها مثل:

✓ رؤية وسائل الإعلام لمجرى الأحداث، مما يجعلها أكثر قوة ويضفي عليها القيمة النسبية.

✓ التغطية المتزايدة للأحداث غير العادية.

✓ التقرير الانتقائي لقيمة الأخبار.

✓ الأحداث المستعارة أو تصنيع الأخبار غير ذات القيمة.

✓ تلخيص الأحداث أو تقديم الأحداث غير ذات القيمة في صورة الأحداث ذات القيمة.

وبشكل عام فإنّ القول أو الحكم بقوة مؤسسة أو جماعة في التأثير على وضع أجندة وسائل الإعلام لا يمكن حسمه بسهولة، إذ يجب التطرق لدراسة العلاقات بين وسائل الإعلام والمؤسسات الاجتماعية والحكومية في المجتمع، على الرغم من معرفتنا بالدور المؤثر الذي تلعبه الحكومات والأحزاب الحاكمة في ترتيب أجندة وسائل الإعلام في الدول النامية ومنها الجزائر.

**5/ الخصائص الديموغرافية:** تؤكد بعض الدراسات السابقة أهمية دراسة الخصائص الديموغرافية لمعرفة تأثير الفئات الاجتماعية على وضع الأجندة<sup>(68)</sup>، ورغم ذلك فقد أثبتت دراسات أخرى عدم وجود تأثير لهذه الخصائص في عملية وضع الأجندة، حيث أشارت دراسة حسن عماد مكايي إلى أنّ الخصائص الديموغرافية ليست من العوامل المؤثرة في تحديد الأولويات.<sup>(69)</sup>

**4.8 مميزات وخصائص نظرية الأجندة:** اعتبر العلماء أنّ ظهور نظرية الأجندة ساهم في تحقيق طفرة على المستويين الأكاديمي والعملي، وتحدد أهم مميزات هذه النظرية في مجال الدراسات الإعلامية كالآتي:

- تتصف نظرية ترتيب الأولويات بأنها نظرية مثمرة نظرا لتطورها التاريخي القوي والمضطرد في أدبياتها، وقدرتها التكاملية مع مجالات بحثية فرعية أخرى في ميدان دراسات الاتصال وقدرتها الدائمة على إفراز ورصد ومناقشة مشكلات بحثية جديدة.
- أفرزت هذه النظرية في مجال الإعلام أربعة أطر نظرية إعلامية هي:
  - توحد الأجندة وهو التوجه البحثي المعاصر ضمن دراسات وضع الأجندة التي اختبرته.
  - بناء الأجندة.

- التأطير الإعلامي أو ما يعرف بالمستوى الثاني لوضع الأجندة.
  - الاستثارة المعرفية.
- أوضحت النظرية فائدتها العلمية كإطار نظري يبنى في مجالي الإعلام والسياسة، وهو ما أشار إليه Cook في نموذج المقتراح الذي يوضح من خلاله أنّ الأخبار ليست إلاّ إنتاجا مشتركا بين وسائل الإعلام والحكومة، وبناءا على ذلك تحظى العلاقة بين وسائل الإعلام من جهة والجمهور وصانعي القرار من جهة أخرى بالأهمية سواء في مجال الاتصال السياسي أو في محيط الحياة السياسية بصفة عامة.
- مرونة اختيار الإطار الزمني الملائم ضمن دراسات هذه النظرية، فمن الممكن أن يتحدد هذا الإطار من خلال فترة زمنية ممتدة ومتصلة، وقد تصبح فترتها الزمنية ممتدة ولكنها متقطعة، وقد تكون هذه الفترة قصيرة أو متوسطة.
- تسمح هذه النظرية بإمكانية تصميم وتنفيذ تطبيقات بحثية وفق مناهج وأساليب علمية مختلفة، فهي تسمح بإجراء دراسات علمية تحليلية/ميدانية، أو تحليلية/تجريبية.
- ساهمت نظرية الأجندة في توسيع مجالها بعدما كان مقتصرًا على القضايا والأحداث، لأن فكرة النظرية تتحدد في انتقال البروز من أجندة إلى أخرى، والبروز هنا يقصد به الموضوعات أو القضايا والمرشحين، الشخصيات والمؤسسات المختلفة وغيرها، فوضع الأجندة عبارة عن تحديد وسائل الإعلام لما يجب أن يفكر فيه الجمهور، وقد يشمل ذلك أحداثًا أو قضايا معينة وأفكارًا وقيما اجتماعية. (70)
- تطور مجال التأثير الذي تعنى به نظرية الأجندة ولم يعد يقتصر على مجالات التأثير المعرفية، بل تعداها إلى دراسة التأثيرات السلوكية الناتجة عن عملية وضع الأجندة.
- ساهمت بحوث ترتيب الأولويات في زيادة فهم دور وسائل الإعلام في المجتمع، وعززت من استخدام مفهوم الآثار بعيدة المدى للتأثير الاجتماعي.

### 5.8 تحليل الإطار الإعلامي (أجندة السمات) كامتداد لنظرية الأجندة الإعلامية: تعد نظرية تحليل

الإطار الإعلامي واحدة من النظريات الحديثة في دراسات الاتصال، حيث تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام، وتقدم هذه النظرية تفسيرًا منتظمًا لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا. (71)

ينظر الكثير من الباحثين في مجال الاتصال لنظرية التأطير على أنها امتداد طبيعي لوضع الأجندة، ويرونها المستوى الثاني من النظرية الأم، وأنها ليست نظرية مستقلة بذاتها بل امتداد لنظرية الأجندة، وبذلك نجد أن نشأة وتطور نظرية التأطير ارتبطت إلى حد كبير بمثلتها في نظرية وضع الأجندة رغم أن صياغة نظرية التأطير تمت بعد عامين من صياغة واختبار فروض وضع الأجندة، ففي عام 1974 اقترح *Goffman* نظرية تحليل الأطر كمدخل مفيد في تنظيم الخبرات، وهو أول باحث أوضح مفهوم الأطر وعرفها باعتبارها أسس لتنظيم الأحداث الاجتماعية وأشكال المعرفة الإنسانية بهدف توثيقها وتدعيمها، كما أسهمت *Bergerand Tuckman* في تطوير هذا المفهوم من خلال محاولات جادة، فقد أشارت إلى الطرق التي تتبعها الجماعات المختلفة في تكوين خبراتها عن الواقع من خلال التصنيف لإعطاء معنى للمعلومات الجديدة كخبرات أخرى مضافة لمثلاتها السابقة لها بحيث تصبح سياقاً عاماً يمكن من خلاله فهم الأحداث والأشياء والتصرف حيالها.<sup>(72)</sup>

وأسهمت *Tuckman* في توسيع المفهوم النظري لتحليل الأطر ليشمل مضمون التغطية الإعلامية للنصوص الإخبارية من خلال البحث الذي قدمته عام 1978 بعنوان صناعة الأخبار الذي أوضح من خلال القرارات الذاتية للصحفيين بشأن الأحداث التي يقررون تغطيتها وكيفية قيامهم بذلك، أن العمل الإخباري تحكمه مجموعة من المعايير التنظيمية والمهنية المجردة ومنها استخدام الأطر المسبقة لتغطية هذه الأحداث، وقد تمثل الهدف من استخدامها لمصطلح التأطير في التأكيد على دور المعايير الروتينية أو العوامل المهنية المؤثرة في العمل الإخباري باستخدام أطر بعينها، وأنه من خلال التأطير يصبح المحتوى الإخباري كنافذة على العالم.<sup>(73)</sup>

وبتوالي دراسات التأطير بدأت تتشكل خلال عقد الثمانينات من القرن الماضي بالولايات المتحدة الأمريكية ملامح مدخل نظري جديد يضرب بجذوره في أسس ومفاهيم التفاعل الرمزي وبناء الواقع الاجتماعي، وأصبح هذا العقد يمثل مرحلة زمنية جديدة في تطور نظرية التأطير، وتتضح أهمية هذه المرحلة في كونها بداية الاختبار التطبيقي لفروض النظرية الذي فتح نافذة الابتكارات الفكرية وتصميم دراسات أكثر تطوراً مع مقدم عقد التسعينات من القرن الماضي.

تدرس نظرية تحليل الإطار الإعلامي ظروف تأثير الرسالة الإعلامية، وتفترض هذه النظرية أن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاهاً من خلال وضعها إطار *Frame* يحددها وينظمها ويضفي عليها قدراً من الاتساق من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى، فالإطار الإعلامي هو تلك الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة.<sup>(74)</sup>

حيث تقوم وسائل الإعلام بغرض إحداث الأثر بالتغيير أو التعديل في اتجاهات المتلقين نحو الوقائع والأحداث والصور والرموز، وذلك من خلال إعادة تنظيم الرسائل والنصوص الإعلامية الخاصة بهذه الوقائع والأحداث، ووضعها في سياقات أو أطر إعلامية يؤكد معنى معين أو تنفيها، يتلقى

مع الخبرات الأولية أو الحقائق المهيمنة للمتلقين، أو الواقع المدرك لهم، فيؤثر بالتالي على أحكامهم نحو الوقائع أو الأحداث وتقديراتهم لها.

وبذلك فإن تشكيل الأنساق المعرفية للمتلقين، أو الأطر الإعلامية للرسائل والنصوص يعتمد في هذه الحالة على الرموز والمعاني السائدة، والتلميحات والقيم الاجتماعية التي تحكم حياتنا اليومية وتستخدمها وسائل الإعلام لنشر الأفكار والآراء المستهدفة وتعزيزها.<sup>(75)</sup>

تأطير الرسالة الإعلامية يوفر القدرة على قياس محتوى الرسالة ويفسر دورها في التأثير على الآراء والاتجاهات، فالحديث يدور عن تنظيم المعلومات التي يجلبها المحرر أو القائم بالاتصال، ولكل محرر وجهة نظر خاصة به تعتمد على قيم، معلومات مسبقة وخلفية ثقافية تؤثر على التغطية الإعلامية للخبر، تلك التغطية الإخبارية، تخبر المتلقي ماذا حدث، لكن ليس فقط بطريقة موضوعية فبواسطة التأطير نلبس للتغطية الإعلامية الإيديولوجية التي يتلقاها المتلقي مع الخبر.

ويحدد إنتمان أربعة وظائف لتحليل الإطار الإعلامي:<sup>(76)</sup>

- تحديد المشكلة أو القضية بدقة.

- تشخيص أسباب المشكلة.

- وضع أحكام أخلاقية.

- اقتراح سبل العلاج.

ويتضمن تحليل الإطار الإعلامي ثلاث مكونات أساسية هي:

- البناء التركيبي (الشكلي) للقصة الإخبارية.

- الفكرة المحورية.

- الاستنتاجات الضمنية.

والإطار الإعلامي كما عرفه جوفمان *E. Goffman* هو بناء محدد للتوقعات التي تستخدم لتجعل الناس أكثر إدراكا للمواقف الاجتماعية في وقت ما<sup>(77)</sup>، فالتأطير يساعد المتلقي على الفهم، التحليل وترتيب الأحداث والمعلومات، ويتسم الإطار الإعلامي للمحتوى بالآتي<sup>(78)</sup>:

- أنه عملية تنظيم للمحتوى الإخباري قد يتفق مع القيم الإخبارية السائدة أو لا يتفق حسب الهدف من العملية ذاتها.

- لا يتفق هدف التأطير عند حدود إثارة الاهتمام بالمحتوى ولكنه يهدف إلى الإقناع والتأثير بالدرجة الأولى.

- لا يهدف التأطير إلى غرس أفكار وقيم جديدة ولكنه يقوم على الاستفادة من الأفكار والقيم الموجودة فعلا في الواقع الاجتماعي.

- يحاول تحقيق الاتساق بين ما يدركه الجمهور عن الواقع الاجتماعي، وما يقدمه هذا التشكيل اعتماداً على هذه المدركات.

- يهدف تحقيق الاتساق المذكور إلى تفعيل عملية تمثيل المعلومات في استعادة المعلومات وتفسير الرموز والمدركات الاجتماعية التي يتبناها تشكيل الأطر الإعلامية.

ويقوم بهذه العملية القائمون بالاتصال على أساس الفرض القائل بأنّ الوقائع والأحداث ليست لها مغزى أو معنى معين في حدّ ذاتها، وإنما تكتسب هذا المعنى أو المغزى متى وضعت في إطار أو سياق يتفق مع المدركات الاجتماعية، ويتسم هذا الإطار بالتنظيم والانتقاء المتعمد لبعض جوانب الحدث وإبرازه أو إغفال جوانب أخرى فيحدث الاتساق بينه وبين ما يدركه الجمهور من قيم وأفكار وعقائد اجتماعية.

1/ أنواع الإطار الإعلامي: تعددت تصنيفات الباحثين للأطر لكن سنتطرق في هذه الدراسة إلى مجموع التصنيفات التي ستعتمد عليها الدراسة لتبويب وتحليل البيانات الميدانية وهي كما يلي:

(أ) تصنيف الأطر الإعلامية حسب طبيعة الإطار: قدمه *Iyengar and Simon* في دراستهما عام 1993 للتغطية الإعلامية للغزو العراقي للكويت، يقسمان فيه الأطر الإعلامية إلى: (79)

- أطر محددة: تصف وتفسر القضايا العامة من خلال أمثلة ملموسة ومحددة والتركيز على حالات خاصة، حيث يستخدم الصحفيون دائماً في تغطيتهم للقضايا والأحداث الاستشهاد بالعديد من الأمثلة بالتركيز على حالات أشخاص وحالات ومواقف محددة، فالتأطير يبرز تقديم أمثلة مترابطة توضح وتفسر القضايا، مثال: الشخص المريض، قبلة على متن إحدى الطائرات، اللاجئ الذي لا يملك مأوى.

- أطر عامة أو مجردة: وهي تصف القضايا العامة وتضعها في سياق عام ومجرد، مثل التقارير التي تغطّي تخفيض الإنفاق الحكومي، والسياسات الاجتماعية التي تنتهجها الحكومة، ورغم أن هذا النوع من الأطر ينتقد لمحدودية إمكانياته في تأطير الأحداث بتفاصيل كثيرة، لكنه يسمح بإجراء مقارنات بين الأطر والموضوعات ذاتها، فالأطر العامة تبرز القضايا في سياق عام.

(ب) تصنيف الأطر حسب الأبعاد المراد إضفاءها على الأخبار: تصنيف *Semetko and Valkenbarg* (80):

- إطار الصراع: يركز على الصراع سواء كان بين أفراد أو جماعات أو مؤسسات كوسيلة لجذب انتباه الجمهور وإثارة اهتمامه، ويستخدم هذا الإطار في تغطية النصوص الإخبارية السياسية، خاصة في الحملات الانتخابية.

- إطار الاهتمامات الإنسانية: وهو يراعي الناحية الوجدانية في التغطية الإعلامية، حيث يستخدم القارئون بالاتصال صياغات ومفردات ومصطلحات تشير لهذا الإطار بإبراز الطابع الدرامي أو الوجداني والعاطفي لإثارة اهتمامات الجمهور.
- إطار النتائج الاقتصادية: يستخدم في تغطية الأحداث والمشكلات والقضايا من خلال مصطلحات ومفردات لغوية تدل على نتائجها وأبعادها الاقتصادية، سواء على مستوى الأفراد أو الجماعات والمؤسسات والأقاليم وأيضاً على مستوى الدولة ككل.
- الإطار الأخلاقي: حيث يضع القارئون بالاتصال الأحداث والمشكلات والقضايا في سياقها الديني والأخلاقي، ويراعي هذا الإطار الموضوعية كأحد أهم المعايير المهنية بتقديم بعض الاقتباسات المرجعية، مثال: الاستعانة بوجهات نظر المختصين لطرح ومعالجة قضايا العنف ضد المرأة... الخ.
- إطار المسؤولية: بالبحث عن المسؤولية حول مسببات القضايا والمشكلات وحلولها على مستوى الأفراد والأفراد والجماعات والحكومات، مثال: في حالة طرح مشاكل البيئة، نلوم الممارسات للمواطنين أم نلوم المؤسسات أو الجهات الحكومية.
- ت) تصنيف الأطر حسب طبيعة السمات**: تصنيف *Mccombs* وآخرون (81)، أساسه اعتبار الأطر كسمات وفقاً للنظر إليها باعتبارها المستوى الثاني من وضع الأجندة، مؤكداً أن هذه السمات التي تشكل صوراً للمرشحين تنقسم لنوعين هما:
- أجندة السمات الموضوعية للمرشحين: بوصف شخصياتهم ومواقفهم تجاه القضايا المختلفة.
- أجندة السمات العاطفية للمرشحين: بوصفهم إما إيجابياً أو سلبياً أو بحياداً.
- ث) تصنيف الأطر الإعلامية حسب المكان**: تصنف الأطر حسب مكان حدوث الحدث أو القضية وحدود انتشارها إلى:
- إطار داخلي: خاص بالقضايا والأحداث الداخلية التي تحدث داخل إطار الدولة.
- إطار خارجي: خاص بالقضايا والأحداث الخارجية التي تحدث خارج إطار الدولة.
- ج) تصنيف ثلاثي للأطر** (82): فقد اهتمت دراسات الأطر الإعلامية بشكل ملحوظ بتحديد الأنواع المختلفة للأطر الإعلامية والتي من أهمها:
- تصنيف الأطر الإعلامية وفقاً لأسلوب المعالجة الإعلامية وتوجهاتها: مثل تصنيفها إلى أطر محددة ملموسة وأخرى عامة مجردة، وكذلك تصنيفها إلى أطر إستراتيجية، وأطر سياسية، وتصنيفها أيضاً إلى أطر إيجابية وأخرى سلبية.
- تصنيف الأطر الإعلامية في المواد الإخبارية وفقاً للقيم الإخبارية: مثل: أطر الصراع، أطر الأهمية، أطر الاهتمامات الإنسانية وأطر النتائج الاقتصادية.
- تصنيف الأطر الإعلامية وفقاً لمضمون المحتوى ذاته: وهو من أحدث تصنيفات الأطر الإعلامية، ويقترب أكثر من الأفكار ويتعمق في المضمون ويختلف النظر إليه وفقاً لطبيعة كل موضوع.



وسيلخص الجدول التالي تصنيفات وأنواع الأطر الإعلامية.

**جدول رقم: (1) يمثل تصنيف أنواع الأطر الإعلامية.**

أنواع الأطر الإعلامية						
ثلاثي الأطر			المكان	السمات	الأبعاد	طبيعة الإطار
مضمون محتوى ذاته	القيم الإخبارية	أسلوب المعالجة الإعلامية				
- حسب طبيعة كل موضوع	- الصراع	محددة ملموسة عامة	داخلي	السمات الموضوعية	الصراع الاهتمامات الإنسانية النتائج الاقتصادية	أطر محددة
	- الأهمية	مجردة إستراتيجية سياسية إيجابية سلبية	خارجي	السمات العاطفية	الإطار الأخلاقي إطار المسؤولية	أطر مجردة
	- الاهتمامات الإنسانية					
	- النتائج الاقتصادية					

**المصدر هذه الدراسة.**

- 2/ **العوامل المؤثرة في بناء الإطار** (83): هناك عدة عوامل تؤثر في بناء الإطار الإعلامي نذكر منها:
- (أ) **المستوى الفردي**: الآراء والقيم الشخصية ومستوى التعليم ونوعه، والخلفية المعرفية، وسنوات الخبرة، والمعتقدات الإيديولوجية والثقافية للقائمين بالاتصال.
- (ب) **المستوى المؤسسي**: سياسة المنظمة وتأثير رؤساء وزملاء العمل والرضا الوظيفي.
- (ت) **المستوى المهني**: معايير القيم المهنية وموثيق الشرف وطبيعة الدور المهني.
- (ث) **المستوى الاجتماعي**: السلطة والقيود التشريعية والإيديولوجية، والجمهور العام وجماعات الضغط.
- (ج) **نوع مصادر الأخبار**: مؤسسات الدولة، مصادر خاصة بالمؤسسة، وكالات... الخ.
- (ح) **طبيعة الأحداث ذاتها**: حسب طبيعة الحدث سياسي، اجتماعي، ثقافي... الخ.
- (خ) **مدى الاستقلال السياسي لوسائل الإعلام** (84): طبيعة النظام الإعلامي السائد، وهامش الحرية المسوح به.

وتفترض البحوث الخاصة بهذه النظرية أنّ اختلاف وسائل الإعلام في تحديد الأطر الإعلامية يؤدي إلى اختلاف أحكام الجمهور المرتبط بكل وسيلة في ما يتعلق بتشكيل المعارف والاتجاهات نحو القضايا المثارة.

**6.8 العلاقة بين نظرية التأطير وخصائص التحرير الصحفي:** تتضح العلاقة بين نظرية التأطير والتحرير الصحفي من خلال التفاصيل الآتية:

**1/ علاقة القيم الإخبارية بالتأطير:** تعد القيم الإخبارية بمثابة مرحلة تقويم الأخبار، وذلك لتقرير ما إذا كانت المعلومات التي حصل عليها القائم بالاتصال تستحق النشر في مؤسسة إعلامية أو لا تستحق ذلك، يسميها بعض الباحثين عناصر الخبر، وهي عبارة عن مجموعة الخصائص التي يتميز بها الخبر، ولا يوجد اتفاق عام حول هذه القيم ولا حول عددها. (87)

لكن المتفق عليه أنّ هذه القيم إذا ما توافرت في الخبر، أعطته قيمة ترفعه من مرتبة الخبر العادي إلى مرتبة الخبر الذي يستحق النشر، لذلك فالقيم ليست هدفا في حد ذاتها وإنما تعد أحد المعايير المهمة في نشر الأخبار، وتأتي أحيانا على رأس هذه المعايير.

ويمكن تلخيص أهم هذه القيم الإخبارية فيما يلي: الأهمية والضخامة، المنفعة والفائدة الشخصية، الصراع وما يرتبط به من توقع ونتائج، الشهرة، الاهتمامات الإنسانية، القرب المكاني أو النفسي، التوقيت، الغرابة أو الطرافة أو الشذوذ (88)، بالإضافة إلى الجودة أو الحالية، التشويق، المنافسة والإثارة (87)، وقد حظيت هذه القيم بعناية باحثي ودراسات التأطير حتى أنّ بعض الباحثين يصنفون الأطر في ضوءها مثل: أطر الصراع، أطر الأهمية وأطر الاهتمامات الإنسانية وأطر النتائج الاقتصادية. (88) وقد وجد نيومان وزملاؤه أنّ الوسائل الإعلامية تعتمد على أطر قليلة لتقرير نطاق قضاياها من أبرزها: إطار الصراع، وأثبتت دراسة Lewek أنّ قيمتي الصراع والألفة الاختياريتين كانتا من أكثر العوامل أهمية في تحديد معايير نجاح أطر تغطية أبعاد الجدل المثار حول مخدر الماريغوانا، كما خلصت دراسة Price, Tewksburg and Powers إلى أنّ اعتماد أطر تغطية تخفيض التمويل الحكومي لجامعة ميتشيغان على ثلاثة قيم إخبارية هي: الاهتمامات الإنسانية، الصراع والنتائج الاقتصادية، كان ذا تأثير على عينة مجتمع البحث، كما أثرت في تقويماتهم وآرائهم تجاه هذه القضية. (89)

وتحظى قيم الشهرة، الصراع، الاهتمامات الإنسانية والأهمية بنصيب وافر بين دراسات التأطير إضافة إلى قيم القرب المكاني، الفائدة أو المنفعة، والمنافسة التي تتكامل مع قيمتي الصراع والشهرة، في دراسات التأطير الاستراتيجي واللعبة فتصبح أساسا بحثيا لدراسات الحملات الانتخابية.

2/ توظيف خصائص التحرير الصحفي كآليات في التأطير: مثل الأشكال الصحفية، وترتيب ظهور المصادر، وبعض العناصر البنائية في النص الصحفي كالمقدمات والصور،...الخ.

3/ علاقة المصادر الإخبارية بالتأطير: يتضح دور المصادر في عملية التأطير من خلال نموذج بناء الإطار، ويولي نموذج *Entman* المصادر المختلفة بالمجتمع الأمريكي أهمية فائقة في عملية التأطير على مختلف المستويات، سواء الرسمية ممثلة في الرئيس الأمريكي وباقي قطاعات النخب، أو العاملين في المجال الإعلامي بالتركيز على الصحف النخبوية ثم الجمهور العام، ورصد هذا الباحث العلاقة بين نوعين من الأطر والمصادر الإخبارية: أولهما الإطار المهيمن الذي يتبناه الرئيس بوش الابن وإدارته، وثانيهما الإطار المضاد الذي يتبناه بعض الصحفيين وأفراد من النخبة الأمريكية. (90)

4/ علاقة الأشكال الصحفية بالتأطير: تتعدد الأشكال الصحفية إلى: أشكال صحفية إخبارية كالأخبار القصيرة والتقارير الإخبارية، وأشكال صحفية تفسيرية واستقصائية كالموضوع الصحفي والحديث الصحفي، والتحقيق وأشكال الرأي من الأخبار، وأشكال صحفية تعرض مواد متعددة بأهداف مختلفة (91).

ورغم ذلك لم تكن كل هذه الأشكال مجالاً لدراسات التأطير، وإنما اقتصر على الأشكال الصحفية الإخبارية، وتبنت الدراسات الحديثة إلى أهمية تطبيق نظرية تحليل الإطار الإعلامي على مواد الرأي مؤكدة على أهمية أشكال الرأي الخبرية.

5/ علاقة نوع التغطية الإعلامية بالتأطير: تتنوع أنواع التغطية الإعلامية من حيث اتجاه المضمون إلى تغطية محايدة، تغطية تفسيرية، وتغطية ملونة أو متحيزة، وتترادف التغطية المتحيزة إلى حد ما مع مفهوم التأطير حيث يركز الصحفي على جانب معين من الخبر، وقد يحذف بعض الوقائع أو يشوه بعضها، كما أنه في التغطية التفسيرية يقوم الصحفي بجمع المعلومات المساعدة أو التفسيرية، وتتضمن هذه التغطية وصف الجو العام المحيط بالحدث، أو وصف الأشخاص أو المكان، وذكر بعض المعلومات الجغرافية، أو التاريخية، أو الاقتصادية، أو السياسية عن البلد الذي وقع بها الحدث، وتحليل الأسباب والدوافع والنتائج والآثار المتوقعة المبنية على الجهد والدراسة والربط بين الواقع والأحداث المشابهة، وعقد المقارنات. (92)

6/ علاقة نوع المحتوى الإعلامي بالتأطير: صنف بعض الباحثين الأطر الإعلامية وفقاً لمضمون المحتوى ذاته، وهو من أحدث تصنيفات الأطر الإعلامية كما سبق وأشرنا\_ ويقترب أكثر من الأفكار ويتعمق في المضمون ويختلف النظر إليه وفقاً لطبيعة كل موضوع. (93)

ويتفق هذا التصنيف للأطر مع التقسيم الموضوعي للخبر، فهناك الأخبار السياسية، الاقتصادية، الأخبار الاجتماعية والأخبار العسكرية، الأخبار الرياضية، الأخبار الأدبية والفنية والأخبار العلمية التي تتعدد أنواعها حسب تعدد نشاطات المؤسسة الإعلامية. (94)

**7.8 مميزات وخصائص نظرية التأطير الإعلامي:** تتميز هذه النظرية بمجموعة من الملامح والسمات التي أكدت على مكانتها القوية بين باقي الأطر النظرية في مجال الدراسات الإعلامية، ويمكن تلخيصها فيما يلي:

- تركيزها على مكانة ودور الأفراد في عملية الاتصال الجماهيري.
- رغم أنها نظرية على المستوى الجزئي لكن يمكن تطبيقها بسهولة على قضايا وتأثيرات المستوى الكلي.
- تتصف بأنها مرنة بشكل كبير وذات نهايات مفتوحة، حيث يمكن جمعها بأطر إعلامية أخرى، أو اعتماد مدخل نظري تكاملي من جهة، وصلاحيتها للتطبيق في فروع العلوم الإعلامية على اختلافها، مثل التحرير، الإعلام الدولي، الإعلان، العلاقات العامة، ودراسات الصور من جهة أخرى.
- يمكن تطبيقها في أنواع مختلفة من الدراسات، مثل الدراسات الآنية والدراسات التاريخية، ويمكن لتطبيقاتها البحثية الاستعانة بأي كمّ أو نوع من المناهج والأساليب والأدوات في جمع وتحليل وتفسير البيانات المختلفة.
- يعتبر مفهوم تحليل الإطار من أبرز المفاهيم الحديثة التي تفسر دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو القضايا المختلفة، وبذلك يمكن دراسة الاتجاهات والمعارف من خلال هذه النظرية.
- تقدم النظرية فوائد لدراسات الرأي العام، والسلوك الانتخابي، والدراسات المعرفية والثقافية ودراسات علم الاجتماع.

**8.8 نظرية الأجندة ونظرية التأطير الإعلامي وعلاقتها بموضوع المعالجة الإعلامية للأخبار في التلفزيون الجزائري:**

**1/ العلاقة بين نظرية الأجندة ونظرية التأطير الإعلامي:** بالانطلاق من كون نظرية التأطير الإعلامي امتدا لنظرية الأجندة، ومستوى ثان لها، فهي تتشابه مع بحوثها في التركيز على دراسة القضايا السياسية العامة في النصوص الإخبارية، والإدراك العام لهذه القضايا، ويرتبط مفهوم التأطير بوضع أجندة السمات التي يعتبرها بعض الباحثين كما سبق وذكرنا المستوى الثاني لنظرية الأجندة، التي تنقسم بحوثها إلى مستويين، المستوى الأول الذي يركز على بروز الموضوعات (فيما نفكر)، بينما في المستوى الثاني وكنتيجة للانتقاء والتركيز والاستبعاد للسمات، يخبرنا كيف نفكر.

تتمثل أوجه الشبه بين النظريتين في حدوث عملية التبني لدى الجمهور ففي نظرية الأجندة يتبنى الجمهور أجندة الموضوعات الإعلامية، وفي التأطير يكون تبنيهم لأجندة سمات هذه الموضوعات، كما يعتمد كل منهما على آليات مشتركة كالبروز والانتقاء وكم التغطية وموقعها ومساحتها، كما تتشابهان في مجال تأثيراتهما في المعارف والاتجاهات. فيما تتمثل أوجه الاختلاف فيما يلي:

- زمن التأثير الذي تهتم به نظرية التأطير قصير المدى، أما بالنسبة لنظرية الأجندة فهو طويل المدى، ويتحدد مستوى التأثير في وضع الأجندة بالمجتمع الذي يعتبر أوسع وأعمّ من مثيله بالنسبة للتأطير وهو الفرد.

- كما تميل نظرية الأجندة للتقليل من فكرة نشاط الجمهور على النقيض من نظرية التأطير التي تأخذ هذه الفكرة بعين الاعتبار وتسعى لتغطيتها.

كما أثبتت الدراسات أن القائمين بالاتصال يتدخلون في تحديد ما ينشر وما لا ينشر، الأمر الذي سمح لهم بالقيام بهذه المهمة بطريقة سهلة ومنظمة وسريعة، ومن ثمّ فهم من ينفذون ويبنون الأجندة الإعلامية ويحددونها، وهم من يقومون بتشكيل الأطر والبيانات المعرفية للجمهور، وهذا يؤثر بدوره على الطريقة التي يدرك بها الجمهور المحتوى الذي يتعرض له.

فالقائم بالاتصال عند ممارسة عمله باتقاء ومعالجة وصياغة وطرح الأخبار والقضايا والأحداث في قالبها النهائي الذي تصل به إلى المتلقي، فهو يقوم في الواقع ببناء أجندة المواضيع التي ستنقلها وسائل الإعلام، ويقوم بوضع هذه الأحداث والأخبار والقضايا في أطر إعلامية لعرضها بطريقة تساعد الجمهور على الفهم، التحليل وترتيب تلك الأحداث والمعلومات، وهو بذلك يقوم بدور حارس البوابة.

2/ نظرية الأجندة وموضوع المعالجة الإعلامية للأخبار: يبحث موضوع الدراسة\_ المعالجة الإعلامية للأخبار في التلفزيون الجزائري\_ في دراسة المواضيع والأخبار والقضايا التي يتخذ منها الأخبار في التلفزيون الجزائري مادة إعلامية لها، وكيفية تموقع هذه الأخبار في أجندة النشرات الإخبارية لهذه القناة، والأهمية التي يوليها القائمون على هذه القناة للمواضيع والقضايا التي يرون أنها تهتم المجتمع أكثر في فترات معينة وتثير انتباه جمهورها.

كل هذا يمكن التفكير فيه ودراسته بالاعتماد على نظرية الأجندة كمدخل نظري، وتبني فروضها والاعتماد على أدوات القياس ونتائج بحوثها، والتفسير على ضوء نتائجها.

هذه النظرية التي تدرس العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجمهور الذي يتعرض لتلك الوسائل، وأنّ تركيز وسائل الإعلام على مواضيع معينة أو مجموعة من القضايا والأحداث يجعل جمهور وسائل الإعلام يعتقد بأهمية تلك القضايا والأحداث يجعل جمهور وسائل الإعلام يعتقد بأهمية تلك القضايا وتلك المواضيع، وبالتالي يتبناها، وأعطت هذه النظرية القدرة لوسائل الإعلام على

استشعار وتحديد القضايا التي تهم الجماهير في فترة معينة، وتؤثر من خلالها في جمهورها عن طريق ما تعرضه له من قضايا وأحداث إخبارية وبروزها ضمن مضامينها المختلفة.

لكن يجب أن نضع في الحسبان أن نظرية الأجندة من النظريات ذات التأثير المعتدل، أي أن اقتراح أجندة معينة وتبنيها وفرضها على جمهور الوسيلة قد لا يعني بالضرورة أن الجمهور سيتبنى تلك الأجندة، ويرتب بالتالي على ضوئها اهتماماته بمواضيع تلك المواد، لأن هناك عوامل أخرى لا يجب إهمالها تؤثر في ترتيب أجندة الجمهور، هذا من جهة، ومن جهة أخرى هناك الواقع الإعلامي الجديد الذي يعيشه العالم اليوم\_الانفتاح والانفجار الإعلامي\_يفضل ما أنتجته التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، من تعدد في وسائل الإعلام، وزيادة تخصصها، وعالميتها، والزخم الإعلامي الذي نعيشه اليوم، وتفجيت الجمهور، كانت نتيجته وجود عدد كبير ومختلف من أجندات وسائل الأعلام كلها متاحة للجمهور، يقابله تعدد وتنوع كبير لأجندات الجمهور، ما أعطى تحرراً أكبر وقوة أكبر لدور الجمهور، مقابل تراجع في دور وسائل الإعلام لاختيار الأجندات التي تتناسب مع أجنداته(الجمهور) ومعتقداته وانتماءاته، واهتماماته، وبناء أجنداته الخاصة من خلال المدونات الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.

**3/ نظرية الأطر الإعلامية وموضوع المعالجة الإعلامية:** لدراسة أشكال وطرق نقل الأخبار في التلفزيون الجزائري، وكيفية تنظيمها وعرضها للتأثير على الجمهور وطريقة فهمه لها، استعانت هذه الدراسة في بنائها النظري وتطوير فروضها على نظرية الأطر الإعلامية التي تبحث في أجندة السمات، والتي تقوم على أساس أن أحداث ومضامين وسائل الإعلام لا يكون لها مغزى في حد ذاتها إلا إذا وضعت في تنظيم وسياق وأطر إعلامية، هذه الأطر تنظم الألفاظ والنصوص والمعاني وتستخدم الخبرات والقيم الاجتماعية السائدة، كما يوفر تأطير الأخبار والقضايا الإعلامية القدرة على قياس محتوى هذه الأخبار، ويفسر دورها في التأثير على الآراء والاتجاهات، فعندما يقع حدث معين فالحدث قد لا تكون له دلالة كبرى عند الناس، ولكن وسائل الإعلام تصفه في إطار إعلامي من حيث اللغة والصياغة، والتركيز على عنصر معين حتى يصبح هاماً في قلب الإطار الاجتماعي كله.

**ثانياً: الإجراءات المنهجية****1. المنهج المتبع في الدراسة:**

لكل خطوة من الخطوات المنهجية في البحث العلمي وظيفة تساعد الباحث على ترتيب أفكاره وترتيب عمله وتيسيره، وتحدد وتمهد الطريق للخطوات التي تأتي بعدها، واختيار منهج ملائم للدراسة من أهم الخطوات التي يتبعها الباحث لإنجاز بحثه، ويعرف المنهج في قاموس *Le petit Robert* بأنه مجموعة من الإجراءات التي يتبعها الذهن لاكتشاف الحقيقة والبرهنة عليها<sup>(95)</sup>، فهو مجموعة من القواعد التي يتم وضعها للوصول إلى نتائج يمكن اعتمادها وحقائق تتم البرهنة عليها، ولقد اهتم الكثير من الدارسين لموضوع المنهج في البحث العلمي، وحاولوا وضع تعريفات محددة له، إلا أنها لم تخرج عن كونه كيفية التصرف للوصول إلى الهدف.<sup>(96)</sup>

وتحظى البحوث الإعلامية بمكانة خاصة في مجال البحوث الإعلامية، نظراً لأن نسبة كبيرة من الدراسات الإعلامية هي وصفية في طبيعتها، حيث تلائم البحوث الوصفية العديد من المشكلات الإعلامية أكثر من غيرها. وتهدف هذه البحوث إلى وصف ظواهر أو أحداث أو أشياء معينة وجمع الحقائق والمعلومات والملاحظات عنها ووصف الظروف الخاصة بها وتقرير حالتها كما توجد عليه في الواقع.<sup>(97)</sup>

وعلى الرغم من وجود العديد من الآراء ووجهات النظر المختلفة حول التقسيمات المتعددة لمناهج البحوث الوصفية، إلا أن هناك اتفاق بين الباحثين على مجموعة من المناهج في الدراسات الاجتماعية والتي يشيع استخدامها في البحوث الإعلامية، ونجد منها منهج المسح أو الدراسات المسحية التي تشمل مسح الرأي العام، تحليل المحتوى، مسح جمهور وسائل الإعلام، مسح وسائل الإعلام، مسح أساليب الممارسة الإعلامية.<sup>(98)</sup>

وقد اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على منهج المسح الوصفي الذي يعد من أهم المناهج المتبعة في الدراسات الإعلامية باعتباره أنسب وأصلح المناهج في مجالات الدراسات الإنسانية النظرية بشكل عام، ولدراسة مجتمع البحث المتمثل في برامج أخبار القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري، وستعتمد على منهج المسح الوصفي بالعينة الذي يعد أحد المناهج الوصفية<sup>(99)</sup> وطريقة المزوجة بين الأدوات البحثية للإجابة على الأسئلة المطروحة.

ويعتبر أسلوب أو منهج المسح من أهم المناهج الرئيسية المستخدمة في إعداد البحوث الوصفية، وتتم الدراسات المسحية من خلال جمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة المبحوثة كما هي في الواقع من أجل التعرف على طبيعة وواقع هذه الظاهرة ومعرفة جوانب القوة والضعف فيها من أجل التوصل إلى تصور قد يقود إلى إحداث تغيير جزئي أو جذري على الظاهرة، والدراسات المسحية لا تقتصر

على جمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة موضع البحث، بل تتعدى ذلك إلى التوصل إلى مبادئ وقوانين عامة في المعرفة.(100)

وتعرف البحوث المسحية بأنها: التجميع المنظم للمعلومات من المستقصى منهم بهدف فهم و/أو التنبؤ بسلوك المجتمع محل الدراسة.(101)

ولا يقتصر منهج المسح على استخدام أسلوب واحد في عملية جمع البيانات، وإنما يمكن اللجوء إلى استخدام مختلف الأساليب، كالاستبيان والملاحظة وتحليل المحتوى، وغيرها من طرق جمع البيانات والمعلومات، والميزة الأساسية للبحوث المسحية هي إمكانية جمع كمية كبيرة من البيانات عن المادة الإعلامية وعن الفرد المستقصى عنه في المرة الواحدة، والتي تشمل على:(102)

- زيادة في المعرفة والمعلومات.
- دراسة الاتجاهات والأفكار.
- دراسة السلوك المتعلق بالفترة الماضية أو الحالية أو السلوك المتوقع في المستقبل.
- بعض المتغيرات الديمغرافية أو الاقتصادية والاجتماعية مثل الدخل والعمر والمهنة ومكان الإقامة.
- ومنهج المسح الوصفي يعد طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة، وتمثيل النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة قابلة للتفسير، ذلك أن الأخبار التلفزيونية ومعالجتها تستلزم القيام بوصف مضمون الأخبار، والمقارنة بين طريقة معالجتها واهتمامات الجمهور بها وعادات وأنماط متابعته لها. من أجل ذلك رأت الباحثة أن منهج المسح الوصفي هو أنسب المناهج لهذه الدراسة، من أجل التعرف على مضمون الأخبار من جهة، وعادات واهتمامات جمهور المشاهدين من جهة أخرى، وقد شمل المسح التحليلي ما يلي:
- مسح وتحليل محتوى برامج القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري ومضمون نشراتها الإخبارية الرئيسية لفترة محددة من الزمن، وفق فئات تحليل حددتها الباحثة بناء على الفرضيات التي وضعتها والأسئلة التي تم طرحها، من أجل تحقيق الأهداف المسطرة للبحث.
- مسح جمهور المشاهدين لكشف عادات وأنماط متابعتهم للأخبار، ومعرفة المواضيع منها التي تمثل مراكز لاهتماماتهم.

## 2. مجالات الدراسة

**1.2. المجال الزمني:** تمتد الفترة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة الميدانية من شهر جانفي 2015 إلى غاية شهر ديسمبر 2015، وهي فترة كافية لدراسة الأخبار في التلفزيون الجزائري وطريقة معالجتها، وإعداد النشرات التلفزيونية وبنها للجمهور، وكذا معرفة أولويات القائمين على الأخبار في هذه القناة



في ترتيب ومعالجة الأخبار، واهتمامات وأولويات الجمهور، ومعرفة مدى توافق أولويات القائمين على الأخبار وأولويات جمهور الأخبار الجزائري، ومراكز اهتمامهم.

**2.2. المجال المكاني:** هو المكان الذي تجري فيه الدراسة الميدانية، وقد وقع اختيار الباحثة على المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف بميلة كمجال مكاني للدراسة الميدانية، والمؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري كمكان للدراسة التحليلية، لذلك ستحاول التعريف فيما يلي بكل من المؤسستين: المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري والمركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف بميلة.

**1/ تعريف بالمؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري<sup>(103)</sup>:**

المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري هي مؤسسة عمومية للإعلام والاتصال تضطلع بمهام رئيسية يحددها دفتر شروط، الذي بموجبه هي تابعة للدولة بوسائطها الاتصالية، تتمثل وظيفته الأساسية تغطية ومتابعة النشاطات الرسمية لمؤسسات الدولة بالتبليغ والبتّ وفق ما يقتضيه الصالح العام للبلاد، كما تأخذ على عاتقها مهمة التوجيه والإعلام بالإضافة إلى الترفيه والتثقيف.

تمّ استرجاع السيادة الوطنية على المؤسسة الوطنية للتلفزيون من الاستعمار الفرنسي في 28 أكتوبر 1962، بعد أن كانت بنود اتفاقيات إيفيان تقتضي ببقاء مؤسسة التلفزيون تحت السيطرة الاستعمارية بعد الاستقلال، لكنها ظلت تحمل اسم مؤسسة الإذاعة والتلفزة الفرنسية إلى أن صدر المرسوم المؤرخ في الفاتح من أكتوبر 1962 تحت رقم 67\_234، وبموجبه تحولت المؤسسة إلى مؤسسة البث الإذاعي والتلفزيوني ثمّ إلى مؤسسة الإذاعة والتلفزيون إلى غاية صدور المرسوم رقم 147\_86 المؤرخ بـ 1 جويلية 1966، والذي بموجبه أنشئت المؤسسة العمومية للتلفزيون التي يوجد مقرها بـ 21 شارع الشهداء، الجزائر العاصمة.

والمؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري مؤسسة ذات طابع صناعي وتجاري، تملك الشخصية المعنوية، وتقع تحت مسؤولية وزارة الاتصال التي تسيّر لها وتحدد ميزانيتها.

يضمن التلفزيون الجزائري التغطية عبر كامل التراب الوطني، من أجل الوصول بأهدافه الاجتماعية والثقافية لكل شرائح المجتمع بالجزائر العميقة، إذ تركز اهتمامات التلفزيون الجزائري كقناة عمومية على البرامج المتنوعة ذات البعد الوطني بالدرجة الأولى، وكذا المجتمع الدولي، ومختلف قضاياها الراهنة التي تحرص المؤسسة على تقديمها إلى الجمهور بشفافية كاملة، كما يعمل التلفزيون الجزائري على مواكبة التقنيات الجديدة وتكنولوجيا الإعلام والاتصال من خلال توسيع حركة الرقمنة داخل المؤسسة العمومية للتلفزيون، والتركيز على العمل بأجهزة متطورة.

يسهر على سير المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري اليوم 16 مديرية وتسيّر من طرف المدير العام بمساعدة المدير العام المساعد، ويتكوّن الهيكل التنظيمي للمؤسسة من المديريات التالية:

مديرية الأخبار	مديرية البرمجة	مديرية إنتاج البرامج
مديرية المصالح التقنية	مديرية الدراسات والتوجيه	مديرية الإدارة والمالية
مديرية الموارد البشرية	مديرية الأرشفة والتوثيق	مديرية قناة الجزائرية الثالثة
مديرية العلاقات الخارجية	مديرية الأمن والوقاية	مديرية قناة "الجزائر"
المديرية التجارية	مديرية القناة 4 الناطقة بالأمازيغية	مديرية القناة 5 للقرآن الكريم
مديرية المحطة الجهوية لبشار	مديرية المحطة الجهوية لقسنطينة	مديرية المحطة الجهوية لوهران
مديرية المحطة الجهوية لورقلة		

## 2/ تعريف بالمركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف بميلة<sup>(104)</sup>:

### (أ) نشأة المركز الجامعي لميلة:

المركز الجامعي لميلة هو مؤسسة عمومية ذات طابع علمي ثقافي، تتمتع بالاستقلال المعنوي والمالي، ويهدف إلى توفير تكوين علمي ونوعي للطلبة في ميادين مختلفة، تم إنشاؤه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 08\_204 مؤرخ في 6 رجب عام 1429 الموافق لـ 9 يوليو 2008، فتح أبوابه خلال الموسم الجامعي 2008\_2009، لأكثر من ألف طالب، ليكون بذلك أول مؤسسة جامعية ينطلق بها قطاع التعليم العالي والبحث العلمي في الولاية، وبموجب المقرر 01/14 المؤرخ في 29 ذي الحجة الموافق لـ 23 أكتوبر 2014 الصادر عن وزارة المجاهدين والذي يتضمن تكريس تسمية المؤسسات الجامعية، تم تسمية المركز الجامعي لميلة باسم المجاهد عبد الحفيظ بوالصوف وذلك يوم أول نوفمبر 2014، في إطار الاحتفال بذكرى ثورة التحرير الوطنية.

### (ب) الموقع والمساحة:

يقع المركز الجامعي لميلة على بعد 5 كيلومترات عن وسط المدينة على الطريق الرابط بين بلديتي ميلة وزغاية، ويتربع على مساحة إجمالية قدرها 87 هكتار.

ويتوفر المركز الجامعي لميلة على نخبة من الكفاءات العلمية في تخصصات مختلفة تشرف على تأطير الطلبة ومنحهم تكويناً حسب احتياجاتهم ووفق مساراتهم وتخصصاتهم، واستقطب المركز العديد من الأساتذة حسب الميادين التي يتوفر عليها.

### (ت) المعاهد:

يضم المركز الجامعي ثلاثة معاهد، معهد العلوم والتكنولوجيا، معهد الآداب واللغات، ومعهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

- معهد العلوم والتكنولوجيا: ينقسم معهد العلوم والتكنولوجيا إلى ثلاثة أقسام:
- قسم الرياضيات والإعلام الآلي: يضم شعب رياضيات وإعلام آلي.

- قسم علوم الطبيعة والحياة: فيه شعب: بيئة ومحيط، كيمياء حيوية، بيوتكنولوجيا النبات.
- قسم العلوم والتقنيات: فيه شعبة الري.
- معهد الآداب واللغات: يضم هذا المعهد ميدانين وهما:
- ميدان الأدب واللغة العربية: ويضم شعبة الدراسات اللغوية، تخصص لسانيات تطبيقية، وشعبة الدراسات الأدبية، تخصص أدب عربي.
- ميدان الأدب واللغات الأجنبية: وفيه شعبة الإنجليزية تخصص علوم اللغة.
- معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: ينقسم هذا المعهد إلى قسمين:
- قسم العلوم الاقتصادية والتجارية: ويضم شعبة العلوم الاقتصادية تخصص بنوك، وشعبة العلوم التجارية تخصص تسويق.
- قسم علوم التسيير: يضم شعبة العلوم الاقتصادية تخصص بنوك.

### 3. مجتمع البحث وعينته:

**1.3. مجتمع البحث:** على الباحث أن يحدد مجتمع الدراسة لتحديد المصادر التي يتم من خلالها جمع البيانات خاصة المتعلقة بالخصائص المميزة لمجتمع الدراسة، وأماكن وجودها والتي سيتم سحب العينة منها<sup>(105)</sup>، وفي هذه الدراسة ينقسم مجتمع البحث إلى قسمين: قسم تسحب منه مضمون الرسائل الإخبارية في التلفزيون الجزائري، وقسم تسحب منه عينة من جمهور الأخبار الجزائري. بالنسبة للقسم الأول المتمثل في مضمون الرسائل الإخبارية التي ترد عبر التلفزيون الجزائري وهو موضوع الدراسة الذي تناوله الباحثة بالتحليل، فحددت مجتمع البحث بمحتوى البرامج التي تتضمنها القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري أو ما يطلق عليها بالقناة الأولى للتلفزيون الجزائري، وذلك لعدة أسباب:

- كونها القناة الرئيسية للتلفزيون الجزائري التي تعبر عن سياسة المؤسسة واتجاهات القائمين عليه.
  - كونها قناة شاملة (عامة) تبث برامج مختلفة وتخاطب الجمهور العام.
  - هي ناطقة باللغة العربية وتخاطب المجتمع الجزائري بكل أطيافه.
  - كما أن القناة بدأت البث مؤخرا على القمر الصناعي وتخاطب جماهير أوسع.
- بالنسبة للقسم الثاني المتمثل في جمهور الأخبار الجزائري، ونظرا لانتساع الجمهور واستحالة حصر مفرداته والوصول إلى كل فئاته، اختارت الباحثة دراسة جمهور الطلبة الجامعيين الذين يدرسون في المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف بميلة، لكونه يجتمع في مكان واحد يسهل على

- الباحثة الوصول إلى مفرداته وحصرها، ومن ثم أخذ عينة منها، واختارت الباحثة مجتمع البحث هذا لعدة أسباب منها:
- الفئات العمرية التي ينتمي إليها مفردات مجتمع البحث من 18 سنة فأكثر، الذي ينتمي إليها جمهور الأخبار.
  - المستويات الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية التي تنتمي إليها مفردات مجتمع البحث، حيث أعطت خصوصية التعليم المجاني فرصة كبيرة للتنوع في المستويات الاجتماعية والاقتصادية التي ينتمي إليها الطلبة.
  - ينتمي مفردات مجتمع البحث في المركز الجامعي إلى كل مناطق الولاية، وتتعداها في حالات معينة إلى مناطق أخرى من ولايات الوطن.
  - هذا إضافة إلى كون الجامعة في كل دول العالم فضاء تتلاقح فيه الأفكار، وتتمو فيه النقاشات حول الأحداث الوطنية والدولية، ما يجعل من أفرادها جمهورا مميزا للأخبار، فهم في بحث دائم عن كل ما يدور حولهم من أخبار لإثراء نقاشاتهم، كما يتميز مفردات هذا المجتمع بدرجة من الوعي تمكنهم من تحديد مواقفهم وتحديد مراكز اهتماماتهم في ما يخص الأخبار.
- وسنبين في الجدول التالي توزيع عناصر مجتمع البحث من جمهور الطلبة في المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف ميلة.

**جدول رقم(2) يبين توزيع عدد الطلبة على المعاهد في المركز الجامعي للموسم الجامعي 2015\_2016.**

المجموع	ماستر	ليسانس	ميدان التكوين
1195	208	987	رياضيات وإعلام آلي
1812	182	1630	علوم الطبيعة والحياة
828	113	715	علوم وتكنولوجيا
1889	279	1610	العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير
2071	468	1603	اللغة والأدب العربي
526	49	477	الأدب واللغات الأجنبية
8321	1299	7022	المجموع

المصدر: رئيس مصلحة الطبع والسمعي البصري.

**2.3. عينة البحث:** إن هدف كل باحث هو التوصل إلى استنتاجات سليمة عن المجتمع الأصلي الذي نبعت منه المشكلة، ويتم ذلك عن طريق اختيار فئة ممثلة لهذا المجتمع تمثيلا صحيحا، تسمى هذه الفئة بالعينة. والعينة هي ذلك الجزء من المجتمع الذي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا<sup>(106)</sup>. ويمكن تعريف العينة على أنها مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة مناسبة، ويتم اللجوء إليها عندما تغني الباحث عن دراسة كافة وحدات المجتمع.<sup>(107)</sup>

ويعتمد الباحث على أسلوب المعاينة عندما يجد نفسه غير قادر على القيام بدراسة شاملة لجميع المفردات الداخلة في البحث، ولا يجد غير وسيلة بديلة واحدة يستطيع الاعتماد عليها، وهي الاكتفاء بعدد قليل من المفردات التي يمكن أخذها ضمن حدود الوقت والجهد والإمكانات المتوفرة لديه.<sup>(108)</sup> ويساعد أسلوب المعاينة في اختصار الوقت والجهد والتكاليف اللازمة لإجراء الدراسة، كما يمكن من الحصول على الإجابات الدقيقة، والتحليل الأحسن، وبتيح للباحث الحصول على معلومات متنوعة دقيقة ومتعمقة عن الظاهرة موضوع الدراسة، نظرا لصغر حجم العينة مقارنة بالمجتمع بأكمله، ونظرا لسهولة التحكم الجيد في عمليات جمع البيانات وتحليلها.

وتعتبر مرحلة اختيار مفردات مجتمع البحث الذي ستشملها العينة إحدى أهم مراحل البحث، وبما أن هذه الدراسة تهدف إلى تحليل محتوى الأخبار في التلفزيون الجزائري ودراسة الأجندات التي يعتمد عليها القارئ على الأخبار في التلفزيون الجزائري لمعالجة وعرض الأخبار، ودراسة مراكز اهتمامات الجمهور الجزائري بالأخبار، ومقارنة أساليب المعالجة وأجندة الأخبار في التلفزيون الجزائري بأجندة الاهتمامات التي يتبناها الجمهور الجزائري، ونظرا لصعوبة دراسة المجتمع ككل، سواء فيما يخص محتوى الأخبار التي تبث يوميا على القناة الوطنية للتلفزيون ضمن برامجها التي تدوم على مدار الساعة من جهة، وفيما يخص كبر حجم مجتمع البحث الذي حصرته الباحثة في مجمع المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف بميلة من جهة أخرى، التي كانت ستتطلب جهدا مضاعفا وتكاليف باهظة لجأت الباحثة إلى اختيار عينات صغيرة ممثلة لمجمعي البحث المتمثلين كما سبق وذكرنا في برامج التلفزيون الجزائري التي يبث على القناة الأولى، وجمهور المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف بميلة، لتوفير الوقت والتمكن من البحث الجيد لتحقيق أهداف الدراسة.

**3.3. حجم وطبيعة العينة:** ليس هناك اتفاق عام على تحديد الحجم الأمثل للعينة في البحوث الاجتماعية والإنسانية حتى الآن، حيث يعتمد تحديد حجم العينة على طبيعة البحث وأغراض الدراسة<sup>(109)</sup>، والعينة هي مجموعة جزئية من المجتمع لها خصائص مشتركة يختارهم الباحث للمشاركة في الدراسة، وبما أن هذه الدراسة تهدف إلى دراسة قسمين من مكونات الرسالة وهما المضمون والجمهور فكان لزاما على الباحثة أن تضبط عينتين للدراسة، إحداها لتحليل المضمون والثانية لدراسة الجمهور، واقتضت طبيعة البحث وخصائص مجتمع البحث أن يقع الاختيار على

المعاينة العشوائية التي تعد أفضل طريقة لاختيار العينة، فاستخدامها يعطي لكل فرد من أفراد المجتمع فرصة متساوية لاختياره في العينة، سنفصل فيها فيما يلي:

### 1/ عينة تحليل المضمون:

بعد دراسة مجتمع البحث ومكوناته وخصائصه خلصت الباحثة أن الشبكة البرمجية في التلفزيون الجزائري ثلاثة أنواع، شبكة عادية تمتد من بداية شهر سبتمبر إلى نهاية شهر جوان من كل سنة، وشبكة صيفية تمتد من بداية شهر جويلية إلى نهاية شهر أوت من كل سنة برمجية، يتخللها شهر للبرامج الرمضانية في شهر رمضان الكريم، ونظرا لتجانس محتوى البرامج وطريقة عرض الأخبار طول فترة البرمجة العادية، حيث تترتب وتتوزع البرامج والحصص على أيام الأسبوع وتتحد لها مواعيد تقدم فيها حسب خصوصية كل شبكة برمجية، ونظرا لخصوصية موضوع البحث ارتأت الباحثة الاستعانة بالمعاينة العشوائية، التي تسحب من خلالها الباحثة عينة عشوائية منتظمة قوامها أثنى عشرة عددا من أخبار نشرة الثامنة من شبكة برامج القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري في الفترة التي تمتد طول سنة 2015، حتى تعطي فرصا متساوية لكل أعداد النشرات الرئيسية للظهور في عينة الدراسة.

لسحب هذه العينة من مجتمع البحث قامت الباحثة بتقسيم أشهر السنة إلى أسابيع، كل شهر يتكون من أربعة أسابيع رقمتها من 1 إلى 4، حيث يتكون كل أسبوع من 7 أيام، ستسحب منها إثني عشر يوما تدور على كل أشهر السنة وتدور على كل أسابيع الشهر وتغطي كل أيام الأسبوع بطريقة منتظمة لذلك يطلق عليها العينة الدائرية أو العينة العشوائية المنتظمة، واعتمدت الباحثة على الطريقة التقليدية لسحب اليوم الأول والعدد الأول عن طريق كتابة أيام الأسبوع على قصاصات ورقية، وكتابة أرقام الأسابيع من الشهر الأول (جانفي من سنة 2015) أيضا على قصاصات ورقية أخرى، ثم قامت بالسحب العشوائي لقصاصة من بين قصاصات أيام الأسبوع فسحبت القصاصة التي كتب عليها يوم الأحد، وسحبت عشوائيا قصاصة من أرقام الأسابيع فتحصلت على القصاصة التي تحمل الرقم اثنان، فكان أول عدد سيتم سحبه من العينة هو الخاص بيوم الأحد من الأسبوع الثاني من شهر جانفي 2015، ليستمر سحب الأعداد الباقية بطريقة منتظمة حيث تدور العينة لتغطي كل أيام الأسبوع وكل أسابيع الأشهر وكل أشهر السنة. حيث نسحب يوم الاثنين من الأسبوع الثالث من شهر فيفري، ويوم الثلاثاء من الأسبوع الرابع من شهر مارس، ويوم الأربعاء من الأسبوع الأول من شهر أفريل، ويوم الخميس من الأسبوع الثاني من شهر ماي، ويوم الجمعة من الأسبوع الثالث من شهر جوان، ويوم السبت من الأسبوع الرابع من شهر جويلية، ويوم الأحد من الأسبوع الأول من شهر أوت، ويوم الاثنين من الأسبوع الثاني من شهر سبتمبر، ويوم الثلاثاء من الأسبوع الثالث من شهر أكتوبر، ويوم الأربعاء من الأسبوع الرابع من شهر نوفمبر، ويوم الخميس من الأسبوع الأول من شهر ديسمبر.

واختارت الباحثة نشرات الثامنة كعينة للأخبار كون هذه الأخيرة تحضا بقدر من الأهمية في التلفزيون الجزائري فهي النشرة الرئيسية، وتستأثر باهتمام القائمين على الأخبار في التلفزيون الجزائري، وما يجب أن تتضمنه من أخبار، كما أنها تستهدف جماهير واسعة داخل وخارج الوطن، وتعرض على القنوات الثلاثة في نفس الوقت.

قامت بعدها الباحثة بتحديد تواريخ الأعداد التي ستخضعها للتحليل عن طريق مقارنتها برزنامة سنة 2015، فكانت التواريخ كما يوضحها الجدول التالي:

**جدول رقم(3) يمثل تواريخ عينة تحليل المضمون:**

الأعداد	السبت	الأحد	الاثنين	الثلاثاء	الأربعاء	الخميس	الجمعة
1		12جانفي					
2			16فيفري				
3				24مارس			
4					1أفريل		
5						14ماي	
6							19جوان
7							
	25جولية						
8		2أوت					
9			14سبتمبر				
10				20أكتوبر			
11					25نوفمبر		
12						3ديسمبر	

المصدر هذه الدراسة.

**2/ عينة الجمهور:**

نظرا لسهولة التعرف على مكونات مجتمع الدراسة وحصر كل مفرداته، تحصلت الباحثة على العدد الكلي لمجتمع البحث، وقسمته إلى طبقات حسب طبيعة الجمهور الذي تتكون منه كل طبقة، وتحصلت على ستة طبقات، كل طبقة خاصة بتخصص معين من التخصصات التي يضمها المركز الجامعي. واختارت أن تتوجه عشوائيا باستمارات الاستبيان لثلاث مئة مفردة من مجتمع البحث، بطريقة تناسب تمثيل كل طبقة داخل مجتمع البحث الأصلي. وسيوضح الجدول التالي تمثيل الطلبة في التخصصات التي يضمها المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف بميلة داخل مجتمع البحث.

جدول رقم(4) بين إحصاء الطلبة المسجلين داخل التخصصات في المركز الجامعي عبد الحفيظ  
بوالصوف بميلة للموسم الجامعي 2015/2016.

المجموع	ماستر	ليسانس	ميدان التكوين
1195	208	987	رياضيات وإعلام آلي
1812	182	1630	علوم الطبيعة والحياة
828	113	715	علوم وتكنولوجيا
1889	279	1610	العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير
2071	468	1603	اللغة والأدب العربي
526	49	477	الأدب واللغات الأجنبية
8321	1299	7022	المجموع

المصدر: رئيس مصلحة الطبع والسمعي البصري.

واللحصول على تمثيل مفردات كل تخصص داخل عينة الدراسة قامت الباحثة بعدة عمليات ثلاثية  
ستفصل فيها فيما يلي:

- تمثيل تخصص الرياضيات والإعلام الآلي: نسبة تمثيل التخصص في مجتمع البحث:

$$\frac{1195}{8321} \times 100\% \leftarrow$$

$$\frac{1195}{8321} \times 100\% \leftarrow$$

$$س = \frac{1195}{8321} \times 100\% = 14,36\%$$

عدد المفردات التي سنستجوبها من التخصص:

$$\frac{14,36}{100} \times 300 \leftarrow$$

$$\frac{14,36}{100} \times 300 \leftarrow$$

$$ع = \frac{100}{14,36} \times 300 = 43 \text{ مفردة.}$$

وهي نفس العمليات التي نكررها مع كل تخصص، حيث أن س يمثل نسبة التمثيل في مجتمع البحث،  
وع يمثل عدد مفردات التخصص التي سنستجوبها من كل تخصص.

لنحصل على العينة التي تتكون من :

- تخصص علوم الطبيعة والحياة: تمثيله في مجتمع البحث: 21,78%، عدد المفردات في العينة: 65  
مفردة.

- تخصص علوم وتكنولوجيا: تمثيله في مجتمع البحث: 9,95%، عدد المفردات في العينة: 30  
مفردة.

- تخصص علوم الاقتصادية والتجارية والتسيير: تمثيله في مجتمع البحث: 22,70%، عدد  
المفردات في العينة: 68 مفردة.



- تخصص لغة وأدب عربي: تمثيله في مجتمع البحث: 24,88%، عدد المفردات في العينة: 75 مفردة.

- تخصص أدب ولغات أجنبية: تمثيله في مجتمع البحث: 6,28%، عدد المفردات في العينة: 19 مفردة.

وسيوضح الجدول التالي تمثيل التخصصات في عينة البحث.

**جدول رقم (5) يبين تمثيل التخصصات في عينة البحث.**

النسبة المئوية	عدد المفردات	التخصص
14.36%	43	رياضيات وإعلام آلي
21,78%	65	علوم الطبيعة والحياة
9,95%	30	علوم وتكنولوجيا
22,70%	68	علوم اقتصادية وتجارية وعلوم التسيير
24,9%	75	لغة وأدب عربي
6,28%	19	أدب ولغات أجنبية
100%	300	المجموع

**المصدر: هذه الدراسة.**

وقد قامت الباحثة بالتوجه باستمارات الاستبيان لمفردات العينة عشوائياً، بحسب تمثيل مفردات كل تخصص في عينة البحث. كما قامت الباحثة بسحب 60 استمارة إضافية عن 300 مئة استمارة الموجهة للبحث-10 استمارات لكل تخصص \_ حتى تعالج الاستمارات التي يمكن أن تلغى لسبب أو لآخر.

**4. أدوات جمع البيانات:** وهي مجموعة الوسائل والتقنيات التي يستخدمها الباحث قصد الحصول على البيانات والمعلومات الميدانية، واعتمدت الباحثة لجمع البيانات الميدانية للدراسة على أداتين اثنتين نذكرهما:

**1.4. أداة تحليل المحتوى:** تعني كلمة تحليل اصطلاحاً: تفكيك مكونات الشيء إلى مكوناته الأساسية، في حين تشير كلمة مضمون إلى ما يحتويه الوعاء اللغوي أو التسجيلي الصوتي أو الفيلمي أو الكلامي أو الإيماني من معاني مختلفة يعبر عنها الفرد في نظام معين من الرموز لتوصيلها إلى الآخرين. (110) ويعرفه "بيرنارد بيرلسون": بأنه أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي الظاهر للاتصال. (111) ويعرفه "محمد سمير حسن" بأنه: أداة للبحث العلمي يمكن أن يستخدمها الباحثون في مجالات بحثية متنوعة، وعلى الأخص في علم الإعلام لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها، من حيث الشكل والمضمون، تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث أو في فروضه الأساسية، طبقاً للتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحث، وذلك بهدف استخدام هذه البيانات بعد ذلك إما في وصف هذه المواد الإعلامية التي

تعكس السلوك الاتصالي العلمي للقائمين بالاتصال، أو لاكتشاف الخلفية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية التي تتبع منها الرسالة الإعلامية، وللتعرف على مقاصد القائمين بالاتصال، من خلال الكلمات والجمل، والرموز والصور وكافة الأساليب التعبيرية شكلا ومضمونا". (112)

وتمثل عملية تحديد الفئات في تحليل المضمون أهم خطوة يجب أن يوليها الباحث اهتماما كبيرا، نظرا لما كشفت عنه بعض الدراسات التي أجريت في مجال تحليل المضمون، التي توصلت إلى أن الإعداد الجيد الواضح لفئات التحليل يؤدي إلى التوصل إلى نتائج علمية جيدة، ويجب أن تكون الفئات معدة بطريقة جيدة، وأن تكون معدة بوضوح حتى تتكيف مع المشكلة والمضمون.

ويطرح بعض الباحثين إشكالية صياغة فئات التحليل ومتى ينبغي على الباحث صياغتها، يصوغها بشكل مسبق قبل احتكاكه بمادة الاتصال أو المحتوى المراد تحليله؟ أم يصوغها بعد الإطلاع على المحتوى وتعرفه على مكوناته؟

وارتأت في هذا الصدد الباحثة أن تجمع بين الطرحين، حيث حددت بعض فئات التحليل بشكل مسبق على ضوء المشكلة التي تريد دراستها، ثم قامت بتحديد فئات أخرى توضحت لها بعد أن احتكت بالمضمون المراد تحليله المتمثل في البرنامج اليومي للقناة الوطنية للتلفزيون الجزائري بشكل عام، ومحتوى نشرات الأخبار الرئيسية لنفس القناة بشكل خاص.

**1/ وحدات التحليل:** هي وحدات المحتوى التي يمكن إخضاعها للعد والقياس ويعطي وجودها أو غيابها أو تكرارها أو إبرازها دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج الكمية. (113) وقد استخدمت الباحثة في هذه الدراسة الوحدات التالية:

أ. **وحدة الفكرة:** وهي أكثر الوحدات شيوعا واستخداما، حيث يتحدد من خلال تكرار الأفكار والمعاني اتجاه المحتوى أو الوسيلة أو الفاعل.

ب. **وحدة مقياس المساحة والزمن:** تستخدم لمعرفة الوقت المخصص لكل فئة قسم تنتمي إليها البرامج التلفزيونية، والأخبار ومواضيع الأخبار التي وردت في نشرة الثامنة حسب طبيعتها وحسب المجال الجغرافي الذي تشغله، ونقيس الوقت الذي تستغرقه الأخبار ومواضيع الأخبار في نشرة الثامنة بالثانية.

**2/ فئات التحليل:** وفئات التحليل هي التقسيمات، التوزيعات أو الأركان التي يعتمد عليها الباحث في توزيع وحدات التحليل المتصل إليها في المادة المدروسة، وهذا بناء على ما تتحدد فيه من صفات أو تختلف فيه من خصائص، (114) وتنقسم هذه الفئات إلى نوعين فئات المضمون وفئات الشكل. وحتى تكون الفئات قابلة للاستخدام فإنها يجب أن تتوفر على مجموعة من الشروط نذكر منها: (115)

➤ استقلالية الفئات: بمعنى أن العنصر الموجود في فئة لا يقبل التصنيف في فئة أخرى.

➤ الشمول: بمعنى وجود فئة لكل مادة في المحتوى.

➤ الوفاء: باحتياجات الدراسة وأهدافها.

أ. فئات المضمون: وهي الفئات التي تجيب عن السؤال ماذا قيل؟ وحددتها الباحثة في هذه الدراسة كما يلي:

- فئة مواضيع الأخبار التي وردت في نشرة الثامنة: سياسية، اجتماعية، اقتصادية، ثقافية، أمنية، علمية، رياضية، أخبار الصراعات والحروب، الحوادث والكوارث، الطرائف والغرائب، متابعات قضائية.
- فئة مواضيع الأخبار في نشرة الثامنة حسب المجال الجغرافي الذي تشغله: وفيها أخبار وطنية، أخبار دولية.
- فئة مواضيع الأخبار الدولية التي وردت في نشرة الثامنة حسب المجال الجغرافي الذي تشغله: أخبار عربية، أخبار إفريقيا، أخبار أوروبا، أخبار المنظمات الدولية، أخبار باقي مناطق العالم.
- فئة مواضيع الأخبار الوطنية في نشرة الثامنة: سياسية، اجتماعية، اقتصادية، ثقافية، أمنية، حوادث وكوارث، علمية، رياضية، دينية، متابعات قضائية.
- فئة مواضيع الأخبار الدولية في نشرة الثامنة: سياسية، اجتماعية، اقتصادية، ثقافية، أمنية، حوادث وكوارث، علمية، صراعات وحروب، رياضية.
- فئة مواضيع الأخبار السياسية الوطنية في نشرة الثامنة: أخبار النشاط الرئاسي، نشاط الحكومة، النشاط الوزاري، النشاط البرلماني، نشاطات الأحزاب السياسية، نشاطات وزارة الخارجية، نشاطات الجماعات المحلية، المنظمات الوطنية.
- فئة مواضيع قضايا المنطقة العربية التي وردت في نشرة الثامنة: أخبار القضية الفلسطينية، أخبار سوريا، أخبار الثورة التونسية، أخبار العراق، أخبار ليبيا، أخبار الصراعات في إفريقيا، أخبار الصراعات في باقي مناطق العالم الأخرى.
- فئة المواضيع الاقتصادية التي وردت في نشرة الثامنة: المشاريع الاستثمارية الجديدة، المشاريع التنموية.
- فئة مواضيع الأخبار الاجتماعية التي وردت في نشرة الثامنة: أخبار الخدمات، الأخبار الإنسانية.
- فئة مواضيع الأخبار الرياضية التي وردت في نشرة الثامنة: أخبار كرة القدم، أخبار الرياضات الجماعية، أخبار الرياضات الفردية.

- فئة أنواع المصادر التي اعتمد عليها في تغطية أنواع مواضيع الأخبار في نشرة الثامنة: المصدر الرسمية، وكالة الأنباء الجزائرية، وكالة الأنباء الأجنبية، مندوبون أو مبعوثون، غير محددة.
- فئة أنواع المصادر التي اعتمد عليها في تغطية أنواع مواضيع الأخبار الوطنية في نشرة الثامنة: المصدر الرسمية، وكالة الأنباء الجزائرية، وكالة الأنباء الأجنبية، مندوبون أو مبعوثون، غير محددة.
- فئة أنواع المصادر التي اعتمد عليها في تغطية أنواع مواضيع الأخبار الدولية في نشرة الثامنة: المصدر الرسمية، وكالة الأنباء الجزائرية، وكالة الأنباء الأجنبية، مندوبون أو مبعوثون، غير محددة.
- فئة القيم السائدة حسب مواضيع الأخبار في نشرة الثامنة: الجدة، الآنية، الضخامة، الشهرة، القرب المكاني، الصراع، التنمية، الإثارة والغرابة، التوقع أو النتائج، الاهتمامات الإنسانية.
- فئة القيم السائدة حسب المجال الجغرافي الذي تشغله مواضيع الأخبار في نشرة الثامنة: الجدة، الآنية، الضخامة، الشهرة، القرب المكاني، الصراع، التنمية، الإثارة والغرابة، التوقع أو النتائج، الاهتمامات الإنسانية.
- فئة القيم السائدة في عناوين النشرة: الجدة، الآنية، الضخامة، الشهرة، القرب المكاني، الصراع، التنمية، الواقعية، الإثارة والغرابة، التوقع أو النتائج، الاهتمامات الإنسانية.
- ب. فئات الشكل: يهتم هذا النوع من الفئات بالقوالب والأنماط التي قدمت من خلالها المادة الإعلامية، وقد قسمت الباحثة فئات الشكل كما يلي:
- فئة توزيع عدد الأخبار في نشرة الثامنة: عدد الأخبار الكلي، عدد الأخبار في العناوين، عدد الأخبار في جسم النشرة، عدد الأخبار الواردة المقدمة، عدد الأخبار الواردة في الخاتمة.
- فئة ترتيب مواضيع الأخبار في نشرة الثامنة: عناوين، مقدمة، جسم، خاتمة.
- فئة المجال الجغرافي الذي تشغله مواضيع الأخبار التي وردت في عناوين نشرة الثامنة: أخبار وطنية، أخبار دولية.
- فئة مواضيع الأخبار السياسية الوطنية التي وردت في عناوين نشرة الثامنة: أخبار النشاط الرئاسي، نشاط الحكومة، النشاط الوزاري، النشاط البرلماني، نشاطات الأحزاب السياسية، نشاطات وزارة الخارجية، نشاطات الجماعات المحلية، المنظمات الوطنية.

- فئة مواضيع الأخبار الدولية التي وردت في عناوين نشرة الثامنة: سياسية، اجتماعية، اقتصادية، ثقافية، أمنية، حوادث وكوارث، علمية، صراعات وحروب، رياضية.
- فئة أنواع أشكال الأخبار التي وردت ضمنها مواضيع الأخبار الوطنية في نشرة الثامنة: حيث تفصل كل نوع والأشكال التي يرد فيها: تقرير، خبر، حديث، تعليق، مقابلة، تحقيق، ريبورتاج.
- فئة أنواع أشكال الأخبار التي وردت ضمنها مضامين الأخبار في نشرة الثامنة: حيث تفصل كل نوع والأشكال التي يرد فيها: تقرير، خبر، حديث، تعليق، مقابلة، تحقيق، بورتريه، ريبورتاج.
- فئة الأشكال التي وردت ضمنها الأخبار في نشرة الثامنة حسب المجال الجغرافي الذي تشغله: حيث تفصل في أنواع الأخبار حسب المجال الجغرافي والأشكال التي وردت ضمنها في الأخبار، تقرير، خبر، حديث، تعليق، مقابلة، تحقيق، ريبورتاج.
- فئة الأطر الإعلامية المستخدمة تبعا لمواضيع الأخبار التي وردت في نشرة الثامنة: إطار الصراع، الاهتمامات الإنسانية، النتائج الاقتصادية، الإطار الأخلاقي، إطار المسؤولية.
- فئة الأطر الإعلامية حسب أشكال الأخبار في نشرة الثامنة: أطر ملموسة، أطر مجردة، أطر إستراتيجية، أطر سياسية، أطر إيجابية، أطر سلبية.
- فئة اتجاه معالجة أخبار نشرة الثامنة حسب المجال الجغرافي الذي تشغله الأخبار: إيجابي، سلبي.
- فئة اتجاه معالجة أخبار نشرة الثامنة حسب مواضيع الأخبار التي وردت في نشرة الثامنة: إيجابي، سلبي.
- فئة اتجاه معالجة أخبار نشرة الثامنة لمواضيع الأخبار السياسية الوطنية التي وردت في نشرة الثامنة: إيجابي، سلبي.
- فئة نوع الصور المصاحبة للأخبار في نشرة الثامنة: صور فيلمية عن الحدث، صور ثابتة، خريطة أو موقع، شخصية، صور من الأرشيف، بدون صورة.
- فئة نوع الصور المصاحبة للأخبار في نشرة الثامنة حسب المجال الجغرافي الذي تشغله: (أخبار وطنية، أخبار محلية، أخبار دولية) صور فيلمية عن الحدث، صور ثابتة، خريطة أو موقع، شخصية، صور من الأرشيف، بدون صورة.
- فئة توضيح تطابق الصور مع التعليق: الصور مطابقة للتعليق، الصور غير مطابقة للتعليق.

- فئة نوع الصوت المصاحب للأخبار في نشرة الثامنة: صوت المذيع فقط، صوت المعلق فقط، صوت المذيع مع صوت الشخصيات الفاعلة، صوت المعلق مع صوت الشخصيات الفاعلة، صوت الحدث الطبيعي.
- فئة أنواع التغطيات الإخبارية التي يعتمد عليها لتقديم الأخبار في نشرة الثامنة: تغطية حية على الهواء مباشرة، تغطية تسجيلية، تغطية تمهيدية.
- فئة أنواع التغطيات الإخبارية التي يعتمد عليها لتقديم الأخبار في نشرة الثامنة حسب المجال الجغرافي الذي تشغله الأخبار: تغطية حية على الهواء مباشرة، تغطية تسجيلية، تغطية تمهيدية.
- فئة أنواع التغطيات الإخبارية التي يعتمد عليها لتقديم الأخبار في نشرة الثامنة حسب أنواع المواضيع التي تتناولها النشرة: تغطية حية على الهواء مباشرة، تغطية تسجيلية، تغطية تمهيدية.
- فئة مستويات اللغة المستخدمة في التغطية الإخبارية للمواضيع: لغة عربية فصحي، لغة عربية دارجة، لغة فرنسية، لغة أمازيغية.
- فئة المساحة الزمنية التي تشغلها مواضيع الأخبار في نشرة الثامنة: الأخبار السياسية، اجتماعية، اقتصادية، ثقافية، أمنية، علمية، رياضية، أخبار الصراعات والحروب، أخبار الحوادث والكوارث، الطرائف والغرائب.
- فئة المساحة الزمنية التي تشغلها مواضيع الأخبار الوطنية في نشرة الثامنة: سياسية، اجتماعية، اقتصادية، ثقافية، أمنية، علمية، رياضية.
- فئة المساحة الزمنية التي تشغلها مواضيع الأخبار حسب المجال الجغرافي للمواضيع في نشرة الثامنة: أخبار وطنية، أخبار محلية، أخبار دولية.

3/ وحدات العد والقياس: وهو المطلب النهائي في عملية الترميز، ويمهد للعرض الإحصائي، وعقد المقارنات، وتفسير النتائج الكمية، بذلك يمكن القول أن الأسلوب المتبع في العد والقياس كان عن طريق: التكرار الذي تظهر به الفئات أو الوحدات، والمساحة الزمنية لامتداد الفئات أو الوحدات، والنسب المئوية للتكرارات.

#### 2.4 أداة الاستبيان:

يعد الاستبيان من أكثر أدوات البحوث شيوعاً في الاستخدام في ميدان الإعلام، ويتميز بإمكانية تطبيقه على أعداد كبيرة من الجمهور في وقت واحد. ويعرف بأنه أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجري تعبئتها من قبل المستجوب. (116)

وصحيفة الاستبيان هي إحدى الأدوات الرئيسية التي يوظفها الباحثون الإعلاميون وغيرهم من الباحثين في العلوم الاجتماعية لجمع البيانات في إطار المسوح الميدانية التي تتخذ من الجمهور مفردات بحثية، تستطلع رأيها وتتعرف على موقفها بشأن قضايا وأحداث محددة. (117)

ورأت الباحثة ضرورة استخدام الاستبيان لدراسة جمهور الأخبار للتعرف على أنماط متابعته للأخبار من جهة ومعرفة مراكز اهتماماته والمواضيع التي تثير انتباهه ويهتم لها ويفضل متابعتها. ويمكن تلخيص أهم المزايا التي تفيدنا في استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات حول موضوع معين فيما يلي: (118)

- يعتبر الاستبيان من أبرز الوسائل التي تعتمد على التقرير الذاتي للفرد موضوع الدراسة، أي يعتمد على ما يذكره المبحوث عن خبراته وتجاربه واتجاهاته ودوافعه.
- تمتاز أسئلته وفقراته بالتنظيم والترتيب والتقنين، فهي واحدة بالنسبة لجميع المبحوثين.
- يوفر الكثير من الوقت والجهد في جمع المعلومات، ويمكن تغطية أماكن متباعدة في فترة قصيرة.
- وسيلة هامة للحصول على معلومات من عدد كبير من الناس تفوق بكثير حجم المعلومات التي تغطيها أدوات جمع المعلومات الأخرى مثل المقابلة أو الملاحظة أو الاختبارات.
- عدم تقييد الباحث بالمحددات المكانية، حيث يمكن إرساله عبر البريد العادي أو الإلكتروني، أو بالاتصال المباشر من قبل الباحث نفسه.

لتأتي بعدها عملية صياغة أو إعداد أو تجهيز استمارة الاستبيان كمرحلة سبقتها عدة مراحل بحثية في إطار خطة بحثية متكاملة. وتعد عملية تصميم وبناء الاستمارة عملية أساسية وجوهرية في البحث العلمي لا بد وأن تراعى فيها مجموعة من الخطوات:

**الخطوة الأولى:** تحديد المحاور الموضوعية التي ستضمها الاستمارة وهي مجموعة المحاور التي تمثل المجال البحثي للدراسة، وبعد ذلك التعبير عن كل واحد من تلك المحاور بمجموعة من الأسئلة المترابطة والتي تمثل محصلة إجاباتها المعلومات المطلوب الحصول عليها في كل محور. وقد جاءت استمارة البحث في ثلاث محاور مقسمة كما يلي:

**المحور الأول:** يضم أسئلة عن البيانات الشخصية للمبحوثين من سن وجنس ومستوى دراسي (من س1 إلى س4).

**المحور الثاني:** يضم مجموعة من الأسئلة المتعلقة بعادات وأنماط التعرض ومتابعة الأخبار وجاء هذا المحور في 14 سؤالاً (من س5 إلى س18)

**المحور الثالث:** يضم أسئلة متعلقة بدراسة مراكز اهتمام عينة المبحوثين من خلال متابعتهم للأخبار وقد جاء هذا المحور في 9 أسئلة (من س19 إلى س27)

**المحور الرابع:** يضم عبارات متعلقة بدراسة اتجاه جمهور الطلبة نحو الأخبار في التلفزيون الجزائري، وهي تتكون من 34 عبارة ترتبت بين 17 عبارة إيجابية و17 عبارة سلبية، واعتمدت على المقياس الخماسي لقياس شدة الاتجاه، الذي تتوزع فيه شدة الاتجاه في المقترحات الثلاثة: موافق بشدة، موافق، محايد، معارض ومعارض بشدة.

**الخطوة الثانية:** بعد تحديد هذه المحاور وبعد الانتهاء من صياغة الأسئلة في إطار تلك المحاور التي سبق للباحثة وأن حدّتها وفقا لأهداف الدراسة والأسئلة البحثية التي طرحتها في الإشكالية قامت برصد مدى تعبير استمارة الاستبيان بمختلف أسئلتها عن أهداف الدراسة، ومدى قدرتها على جمع المعلومات المطلوبة، وذلك من خلال إجراء تطبيق أولي مصغر للاستمارة على عينة محدودة من الجمهور المستهدف (10 مفردات من مجموع مفردات عينة الدراسة) حتى تتمكن من الوقوف على مدى بساطة الأسئلة المطروحة ووضوحها وفهمها من طرف المبحوثين وكذا قدرتها على جمع المعلومات المطلوبة. فتأكد الباحثة بهذا الشكل من وضوح الأسئلة ومن قدرة المبحوثين على فهمها، كما قامت بإعادة ترتيب بعض الأسئلة، وحذف بعضها وإضافة أسئلة جديدة قدمها المبحوثين.

وبعد كل هذه العمليات، قامت الباحثة بإعادة صياغة وهيكل الاستمارة وفقا للاعتبارات السابقة حتى تكون جاهزة للطبع والتوزيع، تمهيدا لاستخدامها فعليا في الدراسة الميدانية من أجل جمع المعلومات من المبحوثين.

**وحدات العد والقياس:** اعتمدت الباحثة في تحليل البيانات على قياس عدد التكرارات والنسب المئوية، كما اعتمدت على مقياس "ليكرت" لقياس الاتجاه، تتلخص هذه الطريقة في تقديم مجموعة من العبارات التي تدور حول موضوع الاتجاه، بحيث أن لكل عبارة ثلاثة اختيارات، ويطلب من المبحوث أن يختار واحدة من ثلاث إجابات، وتعطى لكل إجابة درجة معينة من 1 إلى 5 حسب اتجاه العبارات، كما يلي:

- موافق بشدة: 5، موافق: 4، محايد: 3، معارض: 2، معارض بشدة: 1. بالنسبة للعبارات الإيجابية.

\_ موافق بشدة: 1، موافق: 2، محايد: 3، معارض: 4، معارض بشدة: 5، بالنسبة للعبارات السلبية.

يتميز مقياس ليكرت بسهولة إجراء العمليات الحسابية الخاصة بالاتجاهات، مثلا كالتكرار المرجح، والنسب المئوية لهذه التكرارات.

وتحسب التكرارات المرجحة بحاصل ضرب التكرار في درجة العبارة، وتحسب النسبة المئوية بحاصل ضرب التكرار المرجح في 100 المجموع يقسم على عدد مفردات العينة (300 مفردة). وتقاس شدة الاتجاه بحاصل مجموع التكرارات المرجحة مقسوم على عدد أفراد العينة.

وقد صنفت الباحثة اتجاه الطلبة كما يلي:

✓ من 1 إلى 2 اتجاه ضعيف جدا.

✓ ومن 2,01 إلى 3 اتجاه ضعيف.



✓ 3 اتجاه محايد.

✓ من 3,01 إلى 4 اتجاه قوي.

✓ من 4,01 إلى 5 اتجاه قوي جدا.

فقوة الاتجاه في العبارات السلبية يعني اتجاه سلبي قوي، وقوة الاتجاه في العبارات الإيجابية يعني اتجاه إيجابي قوي، ونفس الشيء بالنسبة لضعف الاتجاه.

### خلاصة

يمكن تناول موضوع المعالجة الإعلامية للأخبار في التلفزيون الجزائري بالدراسة من أربع زوايا

كما يلي:

- **الزاوية الأولى:** دراسة مواضيع ومضامين الأخبار، وطريقة ترتيبها، وأشكال عرضها، وهو الشق الذي نعتمد في بنائه النظري وتطوير فروضه، وتحليل نتائجه على نظرية الأجندة.
- **الزاوية الثانية:** دراسة سمات هذه المضامين والقضايا والأطر والزوايا التي يركز عليها، ويراد إبرازها، وهو الشق الذي نعتمد في دراسته على نظرية الأطر الإعلامية.
- **الزاوية الثالثة:** والتي تخص البحث الخاص بالقائمين بالاتصال وكيف يمارسون عملهم، لتنفيذ وإخراج هذه الأخبار والقضايا، ووضعها في شكلها النهائي الذي يقدم به للجمهور، وهو ما تبحث فيه نظرية حارس البوابة.
- **الزاوية الرابعة:** التي تهتم بدراسة جمهور هذه الوسيلة وكيف يتلقى هذه المضامين ويتفاعل معها، وهل تتناسب مع اهتماماته وتشبع حاجاته، وهو ما تبحث فيه نظرية الاستخدامات والحاجات. واهتمت الباحثة في هذه الدراسة بالبحث في مواضيع الأخبار وسماتها وأشكالها، وفيما كانت تتناسب مع اهتمامات الجمهور، وبذلك اعتمدت على نظرية الأجندة الإعلامية ونظرية التأطير الإعلامي التي تبحث في أجندة السمات كمنظور للدراسة، وانطلقت من جملة من الفرضيات، معتمدة على المنهج الوصفي الذي يهتم بوصف الرسالة الإعلامية، كما استخدمت مزيج من الأدوات لقياس المعلومات تمثلت في تحليل المحتوى، استمارة الاستبيان وكذا قياس الجمهور.

مراجع الفصل:

- (1) سورة: البقرة، الآية 33 من القرآن الكريم.
- (2) D'aiguillon Benoit: *Journal télévisé et nouvelle technologie, chronique d'une mort annoncée ? Les cahiers du journalisme*, N=5, Decembre 1998, P111.
- (3) Charron Jean, De Bouville Jean : *De la théorie du terrain, model explicatif de l'évolution du journal télévisé du Québec*, Les études de communication publique N=18, Université de Laval, 2005, P115.
- (4) محمد شطاح: *النشرة الإخبارية المقدمة في التلفزيون الجزائري، دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه في الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2003\_2004.*
- (5) رعد جاسم حمزة الكعبي: *الأخبار المحلية في تلفزيون العراق، دراسة في صناعة الخبر (برنامج جريدة المساء الإخباري اليومي) نموذجاً، أطروحة دكتوراه مقدمة بقسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة بغداد، سنة 2000.*
- (6) هيثم هادي نعمان الهيتي: *الإعلام الإخباري في التلفزيون (دراسة في قناة العراق الفضائية)*، أطروحة دكتوراه مقدمة في قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة بغداد، سنة 2000.
- (7) حنان محمد إسماعيل اليوسف: *المعالجة الإعلامية للقضايا العربية في شبكتي CNN و Euronews*، رسالة دكتوراه مقدمة بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2001.
- (8) نرمين زكرياء إسماعيل خضر: *المعالجة الإعلامية للأحداث الدولية، دراسة على عينة من وسائل الإعلام المصرية والأمريكية*، رسالة دكتوراه مقدمة بقسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2006.
- (9) صفاء محمد: *معالجة القنوات الإخبارية العربية المتخصصة للأحداث السياسية الجارية واتجاهات النخبة المصرية نحوها*، رسالة دكتوراه مقدمة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007.
- (10) هالة محمد إسماعيل بغدادي: *المتغيرات المؤثرة على تغطية القضايا العربية في القنوات العربية الإخبارية، دراسة مقارنة بين قناة الجزيرة وقناة النيل للأخبار المصرية*، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007.
- (11) Frederick Fico and Eric Freedman: *Setting the news story Agenda: Candidates and Commentators in news coverage of a governor's Race*, Journalism and Mass communication Quarterly, Vol, 78; n=3(2001), pp(437\_449).
- (12) عربي محمد صالح: *تأثير صياغة الأخبار على تذكر المضمون، دراسة تجريبية على عينة من الطلبة العرب في مصر*، رسالة دكتوراه غير منشورة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2005.
- (13) قدري علي عبد المجيد عبد النبي: *تأثير المعالجة الإعلامية لقضايا حقوق الإنسان على معارف واتجاهات الجمهور المصري*، رسالة دكتوراه مقدمة بقسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007.
- (14) نهى عاطف عدلي العبد: *دور نشرات الأخبار في القنوات العربية في ترتيب أولويات الرأي العام المصري نحو القضايا المصرية والعربية*، باحثة بالأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام بالقاهرة، دراسة منشورة بمجلة الفن الإذاعي، مجلة تصدر على اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري، العدد 185، جانفي 2007.
- (15) Dwerth, Palmayer, Dwight, Walter: *An analysis of the impact of audience on news: A multiple approach (Television audience, news paper audience)*, North western University, 1994.
- (16) Kevin G Barnhurst and Dina Mutz: *American journalism and the decline in content-centred Reporting*, Journal of communication, Vol 47, n=4 1997, pp(27\_53).

- (17) *M. Mark Miller, Julie L. Andsager and Bonnie F. Riechert: Framing the candidates in Presidential primaries: Issues and Image in press realises and News coverage, Journalism and mass communication Quarterly, Vol 75, n=2, 1998, pp(321\_324).*
- (18) *Hofli A. Semotko and Patti M. Valkenburg: Framing European Politics, a content analysis of press and Television News, Journal of communication, Vol 50, n=2, 2000, pp(93\_109).*
- (19) *Regina G. Lawrence: Game framing the issues: Tracing the strategy Frame in public policy news, Political communication, Vol 17, n=2, 2000, pp(93\_114).*
- (20) منال هلال المزاهرة: مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن ط1، 2014، ص 78.
- (21) خضير شعبان: مصطلحات الإعلام والاتصال، دار اللسان العربي، الجزائر، 2001، ص 86.
- (22) محمد معوض، عبد العزيز بركات: الخبر الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 1992، ص 70.
- (23) المرجع نفسه، ص 71.
- (24) المنجد في اللغة والإعلام، دار المشرق، بيروت، ط2، ص 808.
- (25) المعجم الأبجدي، دار المشرق، بيروت، ط2، ص 1067.
- (26) خضير شعبان: مصطلحات في الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص 174.
- (27) رفعت الضبع: الخبر، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2011، ص 22.
- (28) عبد الرزاق محمد الديلمي: التحرير الصحفي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، ط1، 2012، ص 30.
- (29) عبد الجواد سعيد ربيع: فن الخبر الصحفي: دراسة نظرية وتطبيقية، دار الخبر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2005، ص 49.
- (30) عظيم كامل الجميلي، ثناء إسماعيل العاني: صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية، دار الصادق الثقافية للطبع والنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2012، ص 49.
- (31) عبد الرزاق محمد الديلمي: التحرير الصحفي، مرجع سابق، ص 22.
- (32) يوسف محمد رضا: الكامل الوسيط، قاموس عربي، فرنسي، ناشرون، لبنان، ص 483.
- (33) أحمد بدوي: معجم ومصطلحات الإعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة، ص 86.
- (34) سعد إبيب كرم شلبي: الصحافة الإذاعية، دار الحرية للطباعة، بغداد، 1972، ص 13.
- (35) فارس عطوان: الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2009، ص 199.
- (36) فلاح كاظم المحنة، سؤدد القادري: الفنون الإذاعية والتلفزيونية، دار الحرية للطباعة والنشر، بغداد، 1990، ص 125.
- (37) محمد معوض: الخبر الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2000، ص 159.
- (38) محمد مهني: اللغة الإعلامية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004، ص 87.
- (39) خضير شعبان: مصطلحات في الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص (174\_175).
- (40) و(41) عبد الستار جواد: فن كتابة الأخبار (عرض شامل للقوالب الصحفية وأساليب التحرير الحديثة)، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط2، 2001، ص 11.
- (42) عظيم كامل الجميلي، ثناء إسماعيل العاني: صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص (133\_134).

- (43) \_ كرم شلبي: معجم المصطلحات الإعلامية، مطابع الشروق، القاهرة، 1989، ص 393.
- (44) \_ فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1981، ص 125.
- (45) \_ محمود علم الدين: الفن الصحفي، مطبوعات قطاع الثقافة، مؤسسة أخبار اليوم، القاهرة، 2004، ص (160\_159).
- (46) \_ المرجع نفسه، ص 169.
- (47) \_ عظيم كامل الجميلي، ثناء إسماعيل العاني: صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 38.
- (48) \_ أحمد زكريا أحمد: نظريات الإعلام، مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2009، ص 6.
- (49) \_ كامل خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والإعلام، التطور، الخصائص، النظريات، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، ط1، 2011، ص 149.
- (50) \_ Michael B. Sawlem: Effect of accumulation of coverage on issue salience in agenda setting, *Journalism Quarterly*, 1988, Vol,65 ; no ; 1 ; PP (100\_105).
- (51) \_ Werner J. Severing and James W. Tankard: Communication Theories :Origins,Methods and Uses in mass media, London, Longman,2001 ;,P 223.
- (52) \_ Shanto Iyengar and Adam Simon: News coverage of the Golff crisis and Public opinion, Study of Agenda setting, Priminnng and Framing, *Communication Research*, Vol 20,1993 ; No 3,P 356.
- (53) \_ Denis Mcquail: Mcquail's mass communication Theory, 5th Ed,London, Sage Publications,2005, P 548.
- (54) \_ حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط3، 2003، ص 291.
- (55) \_ صالح خليل أبو أصبع: قضايا إعلامية، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط2، 2005، ص 36.
- (56) \_ أحمد زكريا أحمد: نظريات الإعلام، مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها، مرجع سابق، ص 16.
- (57) \_ عبد الرحمان المشاقبة: الإعلام والسلطة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2013، ص 166.
- (58) \_ محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام اتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ط3، 2004، ص (345\_344).
- ( )\_ Werner J. Severing and James W. Tankard, *OP.CIT*, P 215.59
- (60) \_ محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام اتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص (346\_345).
- (61) \_ حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق ، ص 296.
- (62) \_ المرجع نفسه، ص (293\_292).
- (63) \_ أحمد زكريا أحمد: نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص 23.
- (64) \_ علي حسين العمار: الصحافة ونظريات التأثير، دراسة للصحافة البيئية في اليمن وتأثيرها في الصفوة، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2006، ص 116.
- (65) \_ محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام اتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص (348\_347).
- (66) \_ خالد صلاح الدين حسن علي: دور التلفزيون والصحف في تشكيل معلومات واتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية، دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2001، ص 19.
- (67) \_ محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام اتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص (349\_348).
- (68) \_ علي حسين العمار: الصحافة ونظريات التأثير، مرجع سابق، ص 117.

- (69) \_ حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 295.
- (70) \_ أحمد زكريا أحمد: نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص 63.
- (71) \_ حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 347.
- (72) \_ أحمد زكريا أحمد: نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص 237.
- (73) \_ محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام اتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 205.
- (74) \_ Gamson. W.A : News as framing, *American Behavioral Scientist*, Vol 33, 1989, No 2, P 157.
- (75) \_ محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام اتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 402.
- (76) \_ حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 348.
- (77) \_ أحمد زكريا أحمد: نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص 221.
- (78) \_ محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام اتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 404.
- ( ) \_ Shanto Iyengar and Adam Simon, *Op.Cit.* P 369.79
- (80) \_ أحمد زكريا أحمد: نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص (280\_278).
- (81) \_ John Gattung, Ruge Marie : The structure of foreign news, In Stanley Cohen and Jack Yong, *Edit The manufacture of new, Social probleme and the mass media*, London , Constable 1973, P.P(62\_73).
- (82) \_ أحمد زكريا أحمد: نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص 281.
- (83) \_ Pamela Shoemaker : Gate keeping, *Communication concept3=e Newburg Park, Lodon, New delhi, Sage publications ; 1991, P.P(3\_14).*
- (84) \_ حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 350.
- (85) \_ فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 61.
- (86) \_ ليلي عبد المجيد، محمود علم الدين: فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، ط 1، 2004، ص 57.
- (87) \_ فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص (72\_65).
- (88)+(89) \_ أحمد زكريا أحمد: الكتابة الصحفية الإخبارية وتأثيراتها، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط 1، 2008، ص 110.
- ( ) \_ Robert. M. Entman, *Op.Cit.* P.P(415\_432)90
- (91) \_ ليلي عبد المجيد، محمود علم الدين: فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات، مرجع سابق، ص (114\_61).
- (92) \_ ليلي عبد المجيد، محمود علم الدين: فن التحرير الصحفي: المفاهيم والمتطلبات والأشكال، القاهرة، بدون ناشر، 2000، ص 54.
- (93) \_ أحمد زكريا أحمد: الكتابة الصحفية الإخبارية وتأثيراتها، مرجع سابق، ص 115.
- (94) \_ فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 87.
- (95) \_ سلطانية بلقاسم، الجيلاني حسان: منهجية العلوم الاجتماعية، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، 2004، ص 26.
- (96) \_ منال هلال المزاخرة: مناهج البحث الإعلامي، مرجع سابق، ص 307.
- (97) \_ رحيمة عيساني: الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية، الشباب الجامعي بالجزائر نموذجا، رسالة دكتوراه (غير منشورة)، جامعة الجزائر، 2005\_2006.

- (98) \_ سلطانية بلقاسم، الجبلاني حسان، مرجع سابق، ص50.
- (99) \_ أحمد الرفاعي: مناهج البحث العلمي: تطبيقات إدارية واقتصادية، دار وائل، عمان، الأردن، 1998، ص110.
- (100) \_ D.S.Tull and D.I.Hawking: Marketing research Measurement and Method, 5th, Ed, New York, Macmillan Publishing Company, 1990, P 138.
- (101) \_ D.A.Aaker and G.S.Day: Marketing research, Fourth Edition, Singapore, John Wilen and Sons, INC, 1990, P187.
- (102) \_ منال هلال المزاهرة: مناهج البحث الإعلامي، مرجع سابق، ص 116.
- (103) \_ الموقع الإلكتروني للمؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري: <http://www.entv.dz> تاريخ الدخول: 2012/10/18. الساعة 22:30.
- (104) \_ الموقع الإلكتروني للمركز الجامعي لميلة: <http://www-centre.univ-mila.dz> تاريخ الدخول: 2012/12/21، الساعة: 15:22.
- (105) \_ محمد السماك وآخرون: الأصول في البحث العلمي، مؤسسة الكتب للطباعة والنشر، الموصل، العراق، ط1، 1980، ص61.
- (106) \_ منال هلال المزاهرة: مناهج البحث الإعلامي، مرجع سابق، ص 112.
- (107) \_ كمال المغربي: أساليب البحث العلمي، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط4، 2011، ص 139.
- (108) \_ محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص142.
- (109) \_ أ، لارامي، ب، فالي: البحث في الاتصال دراسة منهجية، ترجمة فضيل دليو وآخرون، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، ص241.
- (110) \_ محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983، ص17.
- (111) \_ رشدي طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، مفهومه، أسسه، استخداماته، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987، ص62.
- (112) \_ محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص140.
- (113) \_ أحمد بين مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص265.
- (114) \_ محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص 118.
- (115) \_ منال هلال المزاهرة: مناهج البحث الإعلامي، مرجع سابق، ص 206.
- (116) \_ شريف درويش اللبان، هشام عطية عبد المقصود: مقدمة في مناهج البحث الإعلامي، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص112.
- (117) \_ محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، ط1، 1997، ص73.
- (118) \_ منال هلال المزاهرة: مناهج البحث الإعلامي، مرجع سابق، ص 218.

## الفصل الثاني

### نشرات الأخبار في التلفزيون

أولاً: الأخبار التلفزيونية.

1. الأخبار التلفزيونية النشأة والتطور.
2. عناصر ومميزات الخبر التلفزيوني.
3. القيم الإخبارية في الخبر التلفزيوني.
4. قوالب وأشكال الخبر التلفزيوني.
5. مصادر الخبر التلفزيوني.
6. تحرير الخبر التلفزيوني.
7. مكونات الخبر التلفزيوني ووحدات بنائه.
8. أنواع البرامج الإخبارية.

ثانياً: نشرات الأخبار في التلفزيون.

1. العوامل التي تتحكم في انتقاء الأخبار التلفزيونية.
2. التغطية الإعلامية للأخبار في التلفزيون.
3. بناء نشرات أخبار التلفزيون.
4. أنواع نشرات الأخبار في التلفزيون.
5. أنواع الأخبار في نشرات الأخبار التلفزيونية.
6. جمهور الأخبار.
7. وظائف الأخبار في التلفزيون.

## الفصل الثاني

### نشرات الأخبار في التلفزيون

#### تمهيد:

أضحت نشرات الأخبار بمثابة البرنامج الأساسي الذي لا يمكن الاستغناء عنه ضمن شبكة البرامج لمختلف القنوات التلفزيونية على اختلاف أنواعها واختلاف البرامج التلفزيونية التي تقدمها، وتحظى نشرات الأخبار التلفزيونية بأهمية بالغة كمصدر من مصادر المعرفة وتشكل محورا للمنافسة بين مختلف هذه القنوات التلفزيونية، وهي من البرامج التي يوليها طواقم التلفزيون مكانة هامة، جعلتها تحتل حيزا كبيرا من وقت البرامج في القنوات التلفزيونية، وهو ما ساهم في اختيار الباحثة لدراستها من خلال هذا البحث.

لكن قبل النزول إلى الميدان لجمع وقياس المعلومات وجب العروج قبلا إلى الحديث عن هذه النشرات الإخبارية بقليل من التفصيل، لذلك جاء هذا الفصل الذي يتناول نشرات الأخبار التلفزيونية الذي ستتطرق فيه الباحثة للأخبار التلفزيونية وظروف نشأتها وتطورها، وكذا عناصر ومميزات الخبر التلفزيوني، القيم الإخبارية في الخبر التلفزيوني، قوالب وأشكال الخبر التلفزيوني، مصادره، تحريره، مكوناته ووحدات بنائه، ثم أنواع البرامج الإخبارية، وكذلك نشرات الأخبار في التلفزيون الذي يتضمن العوامل التي تتحكم في انتقاء الأخبار التلفزيونية، التغطية الإعلامية للأخبار في التلفزيون، بناء نشرات أخبار التلفزيون، أنواع النشرات وأنواع الأخبار في نشرات الأخبار التلفزيونية، جمهور الأخبار وأخبارا وظائف الأخبار في التلفزيون.

#### أولا: الأخبار التلفزيونية

##### 1. الأخبار التلفزيونية النشأة والتطور:

تطورت الأخبار في التلفزيون كوسيلة إعلام تقدم الترفيه، ومول التطوير الحاصل على التلفزيون من قبل الشركات الإذاعية الكبرى، وتبنى التلفزيون أساليبه الإنتاجية من شركات إنتاج الأفلام وشركات إنتاج الأخبار الواقعية.

ولما كان التلفزيون وسيلة إعلامية جديدة، لم تكن هناك أراضيات مؤسساتية لأي نشاط فيه أو توقعات لما سيكون عليه شكل البرامج، حيث تتنافس فيه برامج الأخبار وبرامج الترفيه على وقت الذروة المذاع على الهواء، واضطرت برامج الأخبار إلى التنافس مع نوع وأسلوب العرض، وهل سيكون ترفيهي أو أسلوب الصحافة التقليدي، ساعدت كل هذه العقبات الصحفيين العاملين في التلفزيون على فهم وإدراك دورهم في المجتمع.<sup>(1)</sup>

ظهرت أولى النشرات الإخبارية التلفزيونية في قناة CBS الأمريكية وذلك في السابع من ديسمبر 1941، بإذاعتها أول خبر تلفزيوني عاجل يتعلق بالهجوم الياباني على ميناء بيرل هاربور بمدينة



*Honolulu* واستمرت في تغطية مستجدات الخبر بطاقم يتكون من مقدمين للأخبار ومجموعة من المراسلين الإذاعيين، واستمرت التغطية لساعات، من الثالثة والنصف بعد الزوال إلى الواحدة والنصف صباح اليوم التالي، لم تقدم التغطية الكثير من الأخبار الرسمية الموثوقة، وكانت تقدم التقارير الإخبارية في شكل تنبؤات، ولم يتم تقديم أي فيلم مصور أو الانتقال إلى أي مكان.<sup>(2)</sup>

ولم تتطور نشرات الأخبار التلفزيونية التي ظهرت للمرة الأولى في الولايات المتحدة الأمريكية، إلا بعد الحرب العالمية الثانية، وكانت دائماً أول شبكة إخبارية تقدم نشرة إخبارية لها نفس الملامح المعتادة للنشرات التي نشاهدها اليوم، هي شبكة *CBS* التي قدمت أخبار تلفزيون مع *Douglas Edwards* إيدوارز *The CBS News with Douglas Edwards*، عام 1948 في برنامج مدته 15 دقيقة مساء كل يوم ماعدا يومي العطلة الأسبوعية، ولم يزد طول النشرة الإخبارية إلى نصف ساعة حتى سبتمبر 1963، وكانت قناة *NBC* هي ثاني قناة تقدم نشرة إخبارية، بدأت من فبراير 1949 بعنوان *The Camel News caravan* شكلت الإعلانات لشركة *Camel* جزءاً كبيراً منها، كونها تقدم برعاية منها.<sup>(3)</sup>

كانت نشرة الأخبار تقرأ بسرعة كبيرة نسبياً، تضمّ خليطاً من خصائص الأحاديث الإذاعية، وخصائص شريط الأنباء الذي يقدم في السينما، ولم يكن هناك نماذج سابقة يمكن الاعتماد عليها في وضع ملامح وأساليب تقديم النشرات، لذلك تمت تجربة العديد من الطرق والأساليب المختلفة لتقديم النشرات في السنوات الأولى لبدائياتها، التي طغى عليها نموذج شريط الأخبار الذي يقدم في السينما، حيث تقدم سلسلة من القصص غير المترابطة تغطي موضوعات مختلفة، وتوضع عناوين هذه القصص على غرار عناوين الصحف التي تكتب في الصفحة الأولى، وتتوالى قراءة الأخبار التي ترتب حسب أهميتها من الأهم إلى الأقل أهمية، واستخدمت أشرطة الفيديو المصورة في الشبكات الإخبارية لأول مرة عام 1956.<sup>(4)</sup>

بحلول عام 1954 أصبحت فترات مشاهدة التلفزيون أطول من فترات الاستماع إلى الراديو يوميا، حسب نتائج استطلاعات الرأي، وبدأ أسلوب تقديم الأخبار يأخذ أشكالا موحدة نسبياً ومتفق عليها تقريبا في مختلف الشبكات الإخبارية.<sup>(5)</sup>

ومع بداية الستينات بدأت استطلاعات الرأي تشير إلى أنّ التلفزيون بدأ يحلّ محلّ الإذاعة والصحف باعتباره المصدر الرئيسي للأخبار بالنسبة للجمهور في بريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية.

وفي عام 1980 قام تيد تيرنر *Ted Turner* بتأسيس شبكة الأخبار *CNN* التي تبثّ الأخبار على مدار الساعة، وعملت على تأسيس قاعدتها من الجمهور والمعلنين حيث زاد عدد مشاهديها خلال الحرب على الخليج الأولى عن 10 ملايين مشاهد<sup>(6)</sup>، تغطي هذه الشبكة الأخبار العالمية وتعمل من خلال 26 فرعا، ولا تزال تعتبر المصدر الرئيسي لمتابعة الأخبار العاجلة، لتعلن بذلك عن ميلاد عهد جديد للأخبار التلفزيونية عبر الشبكات والقنوات الإخبارية في العالم.

**2. عناصر ومميزات الخبر التلفزيوني:**

لاحظت الباحثة من خلال القراءات التي قامت بها أن هناك اختلاف بين تصنيفات الباحثين لعناصر الخبر، وهناك خلط كبير بين عناصر الخبر وخصائص الخبر، فعناصر الخبر هي الأسس والأعمدة التي يبنى على أساسها الخبر، فإذا فقد الخبر أحد هذه العناصر قلّت أهميته وأصبحت إذاعته محل نظر ومناقشة<sup>(7)</sup>، ويتكون الخبر التلفزيوني من مجموعة من العناصر والجزئيات، عناصر يشترك فيها مع الأخبار الصحفية والإذاعية، وهي العناصر المعروفة للخبر والمتمثلة في الأسئلة الخبرية الستة، وعناصر أضيفت له لخصوصية الوسيلة التي يبيث فيها وهي التلفزيون، ويمكن أن نقسم بذلك عناصر الخبر كما يلي:

**1.2. العناصر الكلاسيكية للخبر:<sup>(8)</sup> وهي العناصر التي تجيب عن الأسئلة الستة للخبر، ماذا؟ من؟**

متى؟ أين؟ كيف؟ ولماذا؟

أ. ماذا؟ هو أول الاستفهامات التي تؤدي الدور الأساسي في صياغة المضمون، ماذا حدث؟ ماذا جرى؟

ب. من؟ الإجابة عليه هي لبّ الحدث وأبرز عناصر الصراع، فتكون الإجابة عن صانع الحدث.

ت. متى؟ تمثل البعد الزمني للحدث.

ث. أين؟ تدل على مكان الحدث.

ج. كيف؟ للإجابة عليه يجب النزول إلى موقع الحدث والبحث عن شهود عيان حضروا الواقعة، إلا أنه في حالة أخرى يكون فيها لغرابة الحدث أهمية لجذب المتلقي.

ح. لماذا؟ يبحث في السبب والإجابة عنه تضع المشاهد في الجانب الصحيح لفهم ما حدث.

**2.2. العناصر التقنية:** يقصد بها مجموع العناصر المرتبطة بالطبيعة التقنية للوسيلة، وهما الصوت والصورة.

1/ **الصوت:** للصوت أهمية كبيرة في الأخبار التلفزيونية، ولا تقتصر وظيفة الصوت على نقل المعلومات التي يضمها نص الخبر فقط، بل إنّ الصوت الطبيعي للحدث يجعل المشاهد جزءاً من الحدث الذي يتابعه، كما ينقل صوت المذيع المشاهد إلى موقع الحدث ذاته، ويقسم الصوت بالنسبة للخبر إلى نوعين: \_ الصوت الطبيعي للحدث.

- النطق اللفظي لنص الخبر.

2/ **الصورة:** ساعد تطور تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة على تطور تقنيات العمل التلفزيوني وعلى رأسها الصورة، حيث أصبحت العنصر الأول الذي يميز العمل التلفزيوني عن العمل الإخباري بالراديو أو الصحيفة، فالصورة أصبحت هي كل شيء، ويمكننا أن نقول أنّ أهميتها جعلتها ترتقي سلم

عناصر القصة الإخبارية المتلفة، ووجودها مع مضمون الخبر يسبغ عليه مصداقية وواقعية أكثر مما لو كان بدونها.<sup>(9)</sup>

وتتوعد استخدام الصورة التلفزيونية في صناعة الأخبار، فقد تأتي كأفلام متحركة وصور ثابتة، خرائط متنوعة، لكن لوحظ في بعض القنوات الفضائية عرض أخبار بدون صور أو أفلام، لكن يجب أن نسل أن كلما زاد هذا النوع من الأخبار كلما تفقد النشرة التلفزيونية بريقها، لأن التلفزيون صورة وصوت قبل كل شيء، لكن في الحالات الاستثنائية يمكن ظهور الأخبار بدون صور كما في حالة البيانات الرسمية المهمة.<sup>(10)</sup>

ويتميز الخبر التلفزيوني بمجموعة من الخصائص والمميزات نصل فيها فيما يلي:

■ **تطابق الصورة والصوت:** تتميز المادة الإخبارية في التلفزيون بكونها تجمع بين الصورة والصوت، ويتوقف فهم هذه الأخبار على التكامل والتطابق بين مضمون النص والمادة المصورة، التي قد تكون رموزا أو أصوات وإشارات، أو صور وألوانا أو خطوطا وأشكالا وألفاظا ومقاطع صوتية وعبارات، وفي هذه الحالة تجمع الأخبار التلفزيونية بين اللغة والصورة الدالة على ذلك، فحتى تكون الأخبار التلفزيونية متكاملة ويستطيع الجمهور فهمها وإدراكها لابد أن يتوفر فيها عنصر الموازنة بين زمن الصورة وزمن مضمون الخبر.

■ **الفورية:** تعتبر الفورية من أهم المميزات التي ينفرد بها الخبر التلفزيوني عن الخبر في وسائل الإعلام الأخرى سواء كانت مسموعة أو مكتوبة، تزيد هذه الميزة من واقعية الخبر ومصداقية خاصة عند النقل المباشر للأخبار.<sup>(11)</sup> حيث ينقل التلفزيون أخبار الحروب والصراعات وكذا زيارات الرؤساء وغيرها من الأحداث على الهواء مباشرة، مما يجعله عين المشاهد حيث ينقله مباشرة إلى مكان الحدث الذي يرغب مشاهدته. ولأن الأخبار سريعة التلف أصبح الخبر التلفزيوني يساوي الزمن، وساعدت التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال على تخطي عقبة مشكلة موت الأخبار.

■ **الصورة المتحركة:** تعتبر الصورة الحية بالنسبة للتلفزيون أهم وسائل تقديم الأفكار، وتحتل المرتبة الأولى من حيث الأهمية في إنتاج وعرض المادة الإخبارية في حين يحتل التعليق المصاحب لها المرتبة الثانية بعد الكلمة.<sup>(12)</sup> تجمع الصورة المتحركة بين خاصيتي المضمون والصورة، وتعد الأفلام المصورة من أنواع الرسائل الهامة التي يعتمد عليها التلفزيون، لذلك يكون البحث عن الصورة الحية يكون من أولويات العمل الإخباري في التلفزيون، لما تملكه هذه الأخيرة من قدرة على التأثير على عواطف الناس، خصوصا وأن اكتساب المعلومات من خلال البصر أو الرؤية تفوق

الحواس الأخرى حسب ما تؤكد البحوث والدراسات. ويحدد فرانسوا غوست أنواع الصور المستخدمة في الأخبار إلى ثلاثة أنواع أساسية حسب دلالتها كما يلي: (13)

- صور استشهادية: وهي الصور التي ترصد الحدث من خلال المكان والفاعلين فيه وتنقل شهاداتهم كما هي.

- صور الأرشيف: وهي ما يمثل إيقونات تستخدم عندما لا تتوفر صور الحدث، وهي التي يستعان بها في قسم الأرشيف.

- الصور الرمزية: وتكون للدلالة على رمزية الحدث، من خلال صور لها رمزها في حدث ما مصور.

كما يجب العمل على تحقيق انسجام اللقطات وتتابعها لنجعل المشاهد ينساب وراء الخبر التلفزيوني.

- الأسلوب: يتفق المختصون في مجال الإعلام على أنّ تحرير الخبر التلفزيوني يحتاج إلى احترام عدة معايير ومبادئ أساسية نلخص أهمها كما يلي: (14)

- أن تكون الكلمات سهلة وواضحة بعيدة عن الغرابة والتعقيد اللفظي.

- أن تحمل الجملة مع قصرها فكرة أو معلومة واحدة.

- تحاشي استخدام العبارات المجردة والتكرار المفتعل.

- الإشارة إلى مصدر الخبر مباشرة.

- عدم التعميم في الخاص أو العكس.

فالأخبار التلفزيونية تخاطب كل فئات المجتمع المتباينة في المستويات التعليمية والثقافية، لهذا يركز المتخصصون على ضرورة أن تكون لغة الأخبار بسيطة وواضحة ويجب أن تخاطب العين والأذن، والقاعدة في صياغة أسلوب الأخبار هي البدء بالعناصر المهمة وتحقيق الانسجام بين مقدمة وجسم القصة الخبرية.

### 3. القيم الإخبارية في الخبر التلفزيوني:

من خلال إطلاعنا وقراءتنا في هذا الموضوع وجدنا أنه كلما اختلفت الآراء والإيديولوجيات والمدارس الصحفية في تقديم تعريف للخبر اختلفت أيضا في تحديد القيم سواء من حيث الأهمية أو الترتيب، إلا أنّ هذه القيم ضرورية ويجب توافرها كلّها أو بعضها في الخبر التلفزيوني لكي يمكن اعتباره خبرا ناجحا.

والقيم الإخبارية هي الإطار الإدراكي الدلالي الصريح أو الضمني الذي يجعل القائم بالاتصال قادرا على إدراك وانتقاء الأخبار الأكثر أهمية من بين عدد كبير من الوقائع أو المعلومات، وهي المكونات الجوهرية التي تتشكل منها الأخبار وتتميز بتميزها وتغيب بغياب إبرازها.<sup>(15)</sup> ويمكن تقسيم القيم الخبرية إلى نوعين:

- ← السمات الأساسية في الخبر: وهي التي لا بد من توافرها في الخبر ولا يكون الحدث خبرا دونها.
- ← السمات الخبرية التفضيلية: وهي التي يعني توافرها في خبر ما ترجيح هذا الخبر وتقديمه في النشر على الخبر الذي لا تتوافر فيه، فهي بمثابة المعايير التي يتم على أساسها تفضيل خبر على خبر للنشر.

وكما سبق وأشرنا إليه قد تتفق المراجع والنظريات حول بعض القيم لكنها تختلف حول قيم أخرى للأسباب التي سبق وذكرناها، ويمكن أن نلخص القيم الإخبارية عموما فيما يلي:

**1.3 الجدة:** ويعبر عنها أيضا بقيمة الزمان ويعبر عنها كذلك بقيمة الحالية، وبقيمة الآنية وجميعها تحمل نفس المعنى<sup>(16)</sup>، إذ يقصد بها أن يدور الخبر حول حدث راهن وآني، وأن يقدم وقائع ومعلومات جديدة عنه<sup>(17)</sup>، هذا لا يعني أنّ الأحداث السابقة أو القديمة قد أصبحت بمنأى عن الدخول في دائرة الضوء من جديد، فمهما كان تاريخ وقوعها ولم يسبق نشرها يمكن أن تكون مادة خبرية جديدة في كثير من الأحيان أخبارا صحفية هامة<sup>(18)</sup>، وهناك أخبار قديمة لكن بإضافة عنصر جديد لها يعاد نشرها ويتابعها المشاهدون، كذلك هناك بعض الأخبار تحتفظ بصلاحياتها للنشر لأكثر من يوم لتوافر عنصر التواصل الزمني أي استمرارية الخبر، أو ما يطلق عليه بالخبر المفتوح، وهي أخبار تظل في متابعة لكل الإضافات والتفاصيل التي ترد وقائع جديدة. وعموما فإنّ قيمة الخبر تتعلق بالآنية، والخبر الجديد يفقد جدته وحاليته إذا لم يحقق به التلفزيون أو الوسيلة الإعلامية ما يعرف بالسبق الصحفي، لذلك يمكن القول أنّ قيمة الجدة أو الحالية تمثل جوهر الإثارة، ما يفسر حرص القنوات التلفزيونية على تبليغ جمهورها بالوقائع لحظة وقوعها. وقد ساهم تطور وسائل الإعلام والاتصال بفضل ما وصلت إليه التكنولوجيا الجديدة في تعاضد قيمة الجدة للحدث، وتنافس القنوات التلفزيونية اليوم بالثواني من أجل متابعة الأحداث وإرسالها إلى الجمهور، ويزداد تعلق الجمهور بالقنوات التي تتفوق في هذا المجال.

**2.3 الواقعية:** معنى ذلك أن يكون الحدث صادقا وقد وقع فعلا، وليس من قبيل الافتعال من قبل القناة، ومن المسلم به أنّ الخبر لا يصلح للنشر بدون مراعاة الدقة وتعديله وتقديمه، والصدق لا يكفي وحده بدون الدقة، وتحتاج الدقة إلى التأنّي وبالتالي إلى الزمن، بينما يحتاج السبق الصحفي إلى الإسراع والاختصار منه، لذا يجب الانتباه والحرص على التوفيق بينهما، لأنّه قد تقع بعض وسائل الإعلام في الخطأ نتيجة التسرع ولتحقيق الجدة والحالية، وهو ما قد يؤثّر في مصداقيتها لدى جمهورها. وتحرص

وسائل الإعلام اليوم وخاصة التلفزيون على تنوع المصادر وإرسال مندوبيها إلى عين المكان، وتدعيم الوقائع بالصور الحية والاستجابات مع الشهود العيان أو الفاعلين في الموضوع حتى يتحقق مبدأ الواقعية، وتزداد مصداقية القناة التلفزيونية عند جمهورها.

**3.3 القرب المكاني والنفسي:** كلما كان الخبر أكثر قربا من المشاهد من حيث المكان والمحلية والتخصص والاهتمام، كلما كان المشاهد أكثر اهتماما به، وقد يكون القرب مكانيا أو زمنيا، أو نفسيا، عاطفيا، إيديولوجيا أو دينيا، وترتبط هذه القيمة ارتباطا كبيرا بقيمة الأهمية، بمعنى أن مكان وقوع الحدث قد يضاعف من أهميته بالنسبة للمتلقي في بعض الحالات، ويستخدم القرب المكاني والنفسي والزمني لقياس أهمية الخبر، وإذا تساوت قيمة الأخبار من حيث أهميتها وحجمها ومضمونها فإن قيمة المكان هي التي تحدد أهمية الخبر أو رفضه (19)، حتى أن بناء وترتيب وتقديم الأخبار يتم في كثير من المحطات وفق هذه القيمة. (20)

**4.3 الضخامة:** الخبر الضخم هو ذلك الخبر الذي يثير اهتمام أكبر عدد من الجمهور، فكلما زاد عدد الذين يهمهم الخبر التلفزيوني ارتفعت قيمته وتقدم على غيره من الأخبار، والضخامة لا تعني التهويل والمبالغة ولكن أن يثير الخبر أكبر قدر من الجمهور، فكلما كان الحدث أكبر كان أفضل، وكلما كان دراماتيكا كلما زادت قوة تأثيره وتحقيقه لما يسمى باندفاع الجمهور. (21) فمقياس الضخامة في الخبر يرجع إلى عدد من يهتم به من الناس أو المشاهدين من ناحية، ثم درجة ارتباطه بمكان مهم أو موقع خطير من ناحية أخرى، وبمدى قربيه أو بعده عن المستوى غير المؤلف، وقد تكون الضخامة كمية مثل عدد الضحايا، وقد تكون نوعية مثل الهجوم على قصر الرئاسة.

**5.3 الإثارة والغرابة:** الإثارة مزيج من الفردية والتشويق وجذب الانتباه، ولكن الذي يميز الأخبار المثيرة من الأخبار الغريبة أو الشيقة هو أن الإثارة تخاطب الغرائز البشرية، لذلك فهي تعمل بقدر كبير على تجسيد الحدث وتضخيمه والاهتمام بإبراز كل عناصره مع التركيز على الجوانب الدرامية فيه، فالخبر الذي لا يثير النفس بالنسبة لمأساة وطنية أو لشخصية ما في ظروف معينة لا يلاقي إقبالا كثيرا، لكن لا يجب المبالغة في الإثارة لأنه قد يؤدي بالقنوات التلفزيونية إلى الانحراف عن وظائفها وقلب موازين العمل الإعلامي. ويشير عنصر الغرابة في الخبر التلفزيوني إلى الجانب غير المؤلف في مضمون الخبر، وأن يقدم الخبر عكس ما اعتاد عليه الناس، فالقاعدة المعروفة في الإعلام "أنه إذا عضّ كلب رجل دين فليس هذا خبر، لكن إذا عضّ رجل الدين الكلب فهذا هو الخبر".

**6.3 الصراع:** يعد الصراع من الغرائز الطبيعية في الجنس البشري، ويشكل أحد مراكز الاهتمام الرئيسية عند الإنسان، والحياة التي نعيشها كلها قائمة على الصراع، (الصراع على المال، صراع على الشهرة، النجاح... الخ)، وغالبا ما يولد الصراع حالة التغيير وقد يعبر الإنسان عن هذه النزعة بأوجه

متعددة، الثروة، التمرد، وحتى الرياضة، فإنّ أغلب مجالاتها تندرج ضمن نوع من الصراع يسمى الصراع الاحتفالي.<sup>(22)</sup> ومعظم هذه الصراعات لها أهمية إخبارية لأنّ كل صراع فعلي إنّما يمثّل تعديلاً ظاهرياً لوضع قائم، والصراع يؤدي في شكله المادي إلى إحداث فعل وردّ فعل، وتهتم وسائل الإعلام بالصراع الذي يتناول أخبار الحروب والثورات والانتخابات، والحوادث والكوارث الطبيعية ونماذج المعاناة الاجتماعية. ومن هنا نجد أنّ قيمة الصراع من القيم الهامة في اختيار الخبر وترتيبه.

**7.3 الشهرة:** تراعي وسائل الإعلام اليوم ومنها التلفزيون في انتقاء الأخبار والمعلومات موضوع الشهرة، فنشاط الرئيس أهمّ من نشاط الوزير أو البرلماني، كذلك فإنّ الخبر عن الوزير أو البرلماني أهمّ من الخبر عن إنسان أو مواطن عادي.<sup>(23)</sup> ولا ينحصر مفهوم الشهرة على الشخصيات فقط، بل يمتد إلى الأماكن والأشياء والقضايا المشهورة، وقد تكون الشهرة زمانية، تاريخية، أدبية، فنية، الخ، فهي تقوم في الأخبار التي تعتمد على حركات وأفعال وأحداث تصنعها الأسماء الكبيرة أو المشهورة للشخصيات أو الأماكن، أو الأشياء أو القضايا المشهورة. وهكذا فالشهرة قد تكون لصانع الحدث أو لمكان وقوعه أو لزمان حدوثه، أو للمادة التي يتناولها الخبر، وقد تكون هذه الشهرة تاريخية، أو علمية، أو سياسية، أو حضارية أو أدبية... الخ، وهي بذلك قد تتعلق بكل عنصر من العناصر الكلاسيكية للخبر (من؟ ماذا؟ متى؟ ولماذا؟).

**8.3 التوقع أو النتائج:** التوقع من العناصر الهامة الواجب توافرها في الخبر، فنحن أصبحنا نعيش في زمن تملؤه الهواجس، لذا تقاس أهمية الخبر بما يمكن أن تثيره لدى الجمهور من توقع لما ينتج عنه أو يثيره من احتمالات، وإيحاءات واستنتاجات، أو ما يثيره في ذهن المشاهد من تساؤلات عن نتائج وعواقب هذا الخبر سواء على المشاهد أو على المجتمع الذي يعيش فيه أو العالم كله. وبذلك فإنّ الخبر يغطي حدثاً له آثاره ونتائجه المهمة على جمهور واسع، هو خبر تلفزيوني مهمّ ومؤثر، ويحقق أكبر نسبة من المتابعة والمشاهدة.

**9.3 السلبية والإيجابية:** وتتعلق بما يمكن تسميته البناء والهدم، فالبناء يمثّل الإيجابي والهدم يمثّل السلبي، وتحظى الأخبار السلبية في المجتمعات الغربية باهتمام أكبر من ترويج الأخبار الإيجابية، ويرجع ذلك إلى أنّ التقدم سمة من سمات المجتمعات الغربية ووسائل الإعلام الغربية تهتمّ بالأخبار السلبية لأنها تروج للسخط الذي يؤدي إلى التقدم في النهاية.<sup>(24)</sup>

**10.3 الأهمية:** يقصد بها القيمة الناتجة من اتحاد مجموعة من القيم الأخرى، فهي غير مستقلة، وتتولد من اتحاد قيم عدّة، فقيمة الأهمية تختزل في داخلها أكثر قيمة من القيم الأخرى.

**11.3 الاهتمامات الإنسانية:** وهي القيمة التي تحرك أو تثير كل ما يمسّ العاطفة والإحساس عند القارئ من خوف أو حب أو كره أو شفقة، أو أيّ من المشاعر الإنسانية المتباينة، والإنسان عاطفي بطبيعته لذلك فالأخبار التي تدور حول العنصر الإنساني هي أكثر الأخبار تأثيراً على عواطف الجمهور المتلقي وأكثرها جذبا له. وهي قيمة لا تقتصر على نوع معين من الأخبار بل تنطبق على كلّ الأنواع، والمهمّ هو قدرتها على إضفاء عنصر الإنسانية على طريقة أسلوب عرض المعلومات عن الحدث. وأدّت الدراسات الإعلامية أنّ القيم الإخبارية السائدة في العالم الثالث هي: التنمية، المسؤولية الاجتماعية، التكامل الوطني والتتقيف، ويتمّ إبراز الأخبار الإيجابية وحجب الأخبار السلبية، وهي قيم يرى فيها الإعلاميون الغربيون خطراً على حرية الصحافة.(25)

وسادت في الدول النامية معايير عدّة يستخدمها المحررون في تقييم الأخبار وهي:

- معيار الأمن السيكولوجي والسياسي: إذ يتم حجب المواد الإخبارية التي تقلل من شأن السياسة الوطنية أو التي تسبب توتراً أو قلقاً للرأي العام.
- معيار مصالح المجتمع: والذي يعطي الأولوية للأخبار الجيدة عن الدول التي لها نفس المصالح السياسية والاقتصادية والثقافية والإيديولوجية.
- معيار احتمالية السياسة الوطنية: إذ تعمل وسائل الإعلام على نشر الأخبار التي لها صلة بأخبار الدول التي اتفقت مع السياسات التي وضعتها الحكومة الوطنية.
- وتؤثر في القيم الإخبارية التي على أساسها تقيّم الأخبار التلفزيونية وتعالج وترتب، لتبثّها القنوات التلفزيونية وتنشرها وسائل الإعلام، مجموعة من العوامل نذكر منها:
- السلطة السياسية والعلاقة التي تربطها بوسائل الإعلام: وهي علاقة موجودة في كلّ دول العالم، لكن طبيعة هذه العلاقة تختلف من دولة إلى أخرى، حسب طبيعة الحكم، وتظهر هذه العلاقة في:
- التشريع والقوانين التي تحكم وتضبط القطاع الإعلامي، حيث تحدّد هذه القوانين القيم الإخبارية للوسيلة الإعلامية وتنتهي حرية التعبير بمجرد استغلال السلطة لسلطانها، وتوظيف العدالة لمعاقبة كل من يتجرأ على انتقادها.
- التمويل: حيث أنّ السيطرة المالية تجعل من وسائل الإعلام في موضع التأييد للجهة الممولة دائماً، وتضع قيم الممول في موضع قيمها.
- الرقابة: فممارسة الرقابة يؤدي إلى توجيه القيم الإخبارية للمؤسسة الإعلامية بمراقبة ما ينشر وما لا ينشر.



– السياسة الإعلامية: حيث تتجلى السياسة الإعلامية لأية مؤسسة إعلامية في قيمها الإخبارية، فهي توظف القيم الإخبارية بما يخدم توجهاتها الفكرية والإيديولوجية، ويبرز لنا ذلك من خلال طريقة تعاملها مع الأحداث وكيفية إيصال الرسالة الإعلامية، وكيفية استخدامها للألفاظ الدقيقة التي تحمل معاني إيديولوجية، أسلوب الصورة وزوايا تصوير الأحداث، وأنواع اللقطات المستخدمة.

– القيم الإيديولوجية: علماً أنّ القيم الإخبارية تختلف من مؤسسة إعلامية إلى أخرى باختلاف القيم الإيديولوجية.

– القيم المجتمعية: فلا يجب أن تصطدم القيم الإخبارية مع القيم السائدة في المجتمع.

– الموضوعية والقواعد المهنية: الموضوعية تتمثل في تناول الخبر دون تحريف أو إضافة أو حذف، لكن يرى الكثير أنه صعب تحقيقها لأنه لا يمكن للقائم بالاتصال أن يبقى بعيداً عن قيمه وإيديولوجياته ورؤيته الشخصية، سواء في جمعه للأخبار أو تصنيفها وترتيبها وطرحها في وسائل الإعلام. (26)

– ملكية وسائل الإعلام: فتختلف منظومة القيم بنوع ملكية وسائل القنوات التلفزيونية ووسائل الإعلام، فهناك الملكية العامة، الملكية الخاصة، إضافة إلى الملكية المشتركة بين الدول والأشخاص.

وتصنّف الأخبار حسب القيمة الخبرية إلى ثلاث أنواع كما يلي: (27)

- 1) خبر ذو قيمة: يتمثل في الأخبار التي تهم الجمهور ولا تتعارض مع القيم الأخلاقية والاجتماعية.
- 2) خبر لا يحمل أية قيمة: يتمثل في الأحداث التي لا تحمل أية أهمية إلى جمهور معين، إمّا لأنها لا تعنيه (معرفة وعدم معرفتها سواء)، أو أنها فقدت أهميتها لفوات أوانها.
- 3) أخبار منافية للقيمة: هي التي تتناقض المبادئ والقيم مهما كان نوعها، مثل الأخبار الكاذبة، الأخبار المغرضة التي تهدف لنشر الفتن، الأخبار التي تمس الحياة الشخصية للناس وأعراضهم... الخ.

#### 4. قوالب وأشكال الخبر التلفزيوني:

القوالب الفنية لصياغة الخبر هي الأشكال والنماذج التي يعتمد عليها عند كتابة الأخبار، وهي القوالب التي تنظم وتوضع بها المعلومات التي يتضمنها الخبر، هذه القوالب والقواعد ما هي إلاّ حصيلة التجارب والبحوث حول أفضل القواعد التي تساعد الخبر على تأدية وظائفه المعرفية والتأثيرية. (28) لكن قبل عرض أشكال وقوالب الخبر التلفزيوني، يجب أولاً أوّلاً أو نتعرف على أنواع الخبر وهما نوعان رئيسيان هما:

- ✓ الخبر البسيط: وهو الخبر الذي يقوم على وصف واقعة واحدة مهما تعددت التفاصيل. (29)
- ✓ الخبر المركب: وهو الخبر الذي يقوم على وصف عدد من الوقائع والربط بينها في نفس الخبر. (30)

وينقسم كل نوع من هذين النوعين السابقين إلى ثلاثة أشكال فنية من حيث البناء وهي: (31)

✓ الخبر القائم على سرد الأحداث: وهو الخبر الذي يقوم على سرد وقائع الحدث وتتبع تفاصيله، بحيث يقدم صورة متكاملة للحدث كما وقع بالفعل من خلال سرد وقائع الحدث.

✓ الخبر القائم على سرد تصريحات: وهو الخبر الذي يقوم على أساس سرد تصريحات حصل عليها المندوب الصحفي من مصدر مسؤول، بحيث تشكل أقوال هذا المصدر مادة الخبر ومصدر أهميته، وهو ما يحدث في حالة المؤتمرات الصحفية والأحاديث الإخبارية أو الاحتفالات العامة.

✓ الخبر القائم على سرد المعلومات: ويقصد به الخبر الذي يقوم على سرد البيانات والمعلومات والحقائق التي تدور حول معنى معين، فمثل هذا الخبر لا يركز على الأحداث أو التصريحات، وإنما فقط يهتم بالمعلومات والبيانات.

**1.4 أشكال الخبر التلفزيوني:** تظهر الأخبار أثناء بثها عبر شاشات التلفزيون بعدة أشكال (32) أو نماذج، سنفصل في هذه الأشكال فيما يلي:

- القصصية: تختلف القصص الإخبارية التي يرويها المحررون عبر التلفزيون اختلافا جزئيا من ناحية الشكل عن القصص الروائية المسرحية، فالقصص التي تقدمها أخبار التلفزيون غالبا ما تكون قصيرة وموجزة جدا، على الرغم من أنها تشكل حادثا عرضيا في قصة طويلة ومتواصلة، وتفتقر هذه القصص إلى الحبكة القصصية واستمرارية الحدث، وكذلك الشخصيات التي يجري تطويرها روائيا (الشخصيات المشهورة والمألوفة من التقارير الإخبارية السابقة).
- التصويرية: تقدم الأخبار مصورة، حيث يوفر عرض الصور أو الأفلام الإخبارية أثناء إذاعة الأخبار فرصة المشاهدة، وهي مسألة أساسية بالنسبة لمشروع الإعلام التلفزيوني وتأثيره، حيث تمنحه قوته الجماهيرية، وتعطي الأخبار قيمة أكبر. فتصور العالم الذي تجري تغطيته إخباريا ونقل أحداثه بشكل كامل ومنوع (تصوير مكاني، اجتماعي وشخصي في الوقت نفسه) عبر الرموز التلفزيونية، يعطي للمشاهد صورة عن عملية التغطية ذاتها. ويصل المتلقي

بالتلفزيون ويسمح بالاستثمار الشخصي للثقة في السياق البصري للتحقيق والتقيب والبحث عن الحقيقة.<sup>(33)</sup>

• **الأخبار ككلمات خطاب:** تحمل الكلمات عبء التسمية والشرح والتفسير والتقييم، والتي يتم عبرها تحديد الصراع بين الأفكار. حيث أنّ لغة الأخبار\_ الكلام، الحديث، الخطاب\_ توفر المتطلبات المعلوماتية والخصوصية للأخبار ويتم من خلالها تحقق ونقل المغزى الرئيس للخبر.

**2.4 قوالب الخبر التلفزيوني:** إنّ تحرير الأخبار هو أكثر الأنواع الكتابية مرونة وقابلية للابتكار، لاسيما في ظل التدفق الإخباري الهائل الذي وفرته التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، فتتوعد الوسائل وتتوعد القائمون بالاتصال في المجال الإخباري، وتتوعد خلفياتهم والإيديولوجيات التي يتبعون لها، فتتوعد معها طرقهم في التحرير. والتطور الحاصل في مجال تحرير الأخبار لم يلغي الأساليب والقوالب القديمة، بل أضاف إليها قوالب وطرقا مستحدثة لتناسب واهتمام المتلقي المعاصر، ويمكن تقسيم قوالب تحرير الخبر في التلفزيون إلى ثلاثة أنواع:

#### **1/ القوالب الفنية التقليدية:** وتنقسم بدورها إلى:

أ. **قالب الهرم المقلوب:** تقوم هذه الطريقة على أساس تشبيه البناء الفني للخبر بالبناء المعماري للهرم المقلوب، بحيث ينقسم الخبر إلى جزأين هما: قمة الهرم وجسم الهرم، وتأتي أهمّ معلومة في الخبر في قمة الهرم (مقدمة الخبر أو مصدره)، والتي تجيب عن تساؤلات الخبر ماعدا تساؤل كيف؟، ثم تأتي بعدها فقرات الخبر الهم إلى الأقل أهمية في جسم الخبر، لتشرح وتفسر وتفصل فيما جاء في المقدمة، وتسرد المعلومات الكاملة إلى أن تنتهي بأقل الحقائق والمعلومات أهمية في نهاية الخبر، والتي يمكن الاستغناء عنها حسب متطلبات الوقت أو سياسة التحرير.<sup>(34)</sup> تناسب هذه الطريقة نوعية معينة ومتميزة من الأحداث المتطورة والأحداث المتصلة بما يدور في الاجتماعات والمؤتمرات، ونشاطات الدولة ومؤسساتها، أو الأحداث الجارية والمفاجئة كالاغتيالات والحروب والأعاصير والكوارث الطبيعية، فهي أصلح الطرق في كتابة الأخبار القائمة على سرد الأحداث وكذلك الأخبار القائمة على سرد المعلومات، كما تصلح في كتابة الأخبار البسيطة والمركبة على حدّ سواء.<sup>(35)</sup> وتتميز هذه الطريقة بإعلام المشاهد بأهم معلومة وإشباع فضوله، وتكييفها مع الوقت المتوفر للخبر، وتسهل الكتابة والترتيب والإخراج ووضع العناوين، وعلى الرغم من أنها تمثل أكثر قوالب تحرير الأخبار استخداما في وسائل الإعلام المختلفة إلا أنّها تعرضت للنقد وأهم ما قيل فيه "أنّ هذا القالب يقضي على أيّ شعور بالترقب والتوقع، وأنّه شكل فني مشوّه أو غريب، إذ يضع الأهم في البداية بدلا من النهاية، وبذلك يقضي على أيّ إحساس بالإمتاع والتشويق."<sup>(36)</sup>

ب. قالب الهرم المقلوب المتدرج: هذا القالب هو مجرد تطوير للقالب السابق (الهرم المقلوب)، صمّم ليناسب الأخبار المركبة الطويلة التي تحتوي على وقائع متعددة والكثير من التصريحات التي أدلى بها مصدر واحد أو أكثر من مصادر، يقوم هذا القالب على أساس تشبيه البناء الفني للخبر التلفزيوني بالبناء المعماري للهرم المقلوب المتدرج، وهو بذلك يأخذ أشكال المستطيلات المتدرجة على شكل هرم مقلوب، بحيث يكون للخبر مقدمة تتضمن أهم تصريح في الخبر، ثم يأتي بعدها جسم الخبر في شكل فقرات متعددة يشرح الخبر ويلخص كل منها جانب من جوانب الخبر، وبين كل فقرة وأخرى يذكر نص تصريح لمصدر الخبر أو الشخصية التي يدور حولها الخبر، على أن ترتب كل فقرة وما بينها من فقرات مقتبسة من أقوال المصدر حسب أهمية كل منها، حيث يبدأ بالتصريح الأهم ثم يتدرج في الأهمية.<sup>(37)</sup> يقوم هذا الهرم المتدرج المقلوب على أساس المزوجة بين المستطيلات الكبيرة والصغيرة، بحيث يتضمن المستطيل الأول التصريح أو البيان أو المعلومة القوية التي تجذب اهتمام المشاهد الذي يعنيه الأمر، ثم تتوالى إلى النقاط التالية الأقل أهمية، مرتبة تنازلياً حسب أهميتها في مستطيلات متدرجة تخبر وتلخص الخبر. يعد هذا القالب من أصح القوالب الفنية في كتابة الأخبار القائمة على سرد التصريحات، كما هو الحال بالنسبة للمؤتمرات الصحفية والخطب والاحتفالات العامة والبيانات السياسية والرسائل والوثائق.

ج. قالب الهرم المعتدل: وهو من أقدم الأشكال الصحفية التي استخدمتها الصحافة في تغطية الأحداث بالشكل الذي وقعت فيه.<sup>(38)</sup> ويشبه في بنائه الفني الشكل الهندسي للهرم المعتدل، إذ يروى الخبر وفق تسلسل زمني وفي صياغة تشبه صياغة القصة التقليدية التي تتزايد أهميتها بطريقة مباشرة إلى أن يصل إلى الذروة. فالهيكل الهرمي لهذه الطريقة يتدرج من قمة الهرم، حيث التفاصيل أقل أهمية، حتى يصل إلى قاعدة الهرم حيث نهاية القصة التي تنتظرها المشاهدون، والتي تضمن ذروة الخبر، ويصاغ الخبر وفق هذه الطريقة كما يلي:

- المقدمة: تحتوي على مدخل يمهد لموضوع الخبر، لكنه لا يحتوي بالضرورة على أهم وقائع أو عناصر الخبر، فهو يشير إلى موضوع الخبر ويهيئ القارئ له بتقديم وصف للمكان والجو الذي يجري فيه.

- جسم أو صلب الخبر: ويحتوي على تفاصيل مهمة تنشر متدرجة ومنسجمة مع السياق الخبري وتطورات الأحداث أو الوقائع التي تحويها القصة الخبرية.

- الخاتمة: وتحتوي أبرز وأهم واقعة، وتحتوي أيضا تلخيصا لأهم الآراء والتصريحات التي أدلى بها المسؤول أو الشخصية، وتقييما من جانب المحرر لهذه الآراء والتقييمات. يمكن لهذا النوع أن يكون مناسباً لكتابة الكثير من الأحداث، خاصة تلك المتعلقة بتسجيل تجارب المتحدث الذي يسجل مغامراته وتجاربه، ويستخدم في الموضوعات ذات الطابع الثقافي والفني والإنساني.<sup>(39)</sup>

## 2/ القوالب الفنية الجديدة أو المبتكرة: ونذكر منها:

أ القالب التشويقي: على عكس الهرم المقلوب في هذا القالب يأتي أهم خبر في النهاية وليس في البداية، حيث يتم الاحتفاظ بأهم عنصر ليتم عرضه في نهاية الموضوع، وتأتي القصة الخبرية التي تحرر وفق القالب الترتيبي (الهرم المعتدل) تقريبا، لأنه من أكثر الأساليب تشويقاً في عرض الخبر، وفيه إهمال تام للعنصر الزمني، إذ أنّ المهم في هذه الحالة هو الحادث نفسه، وصورة وقوعه، وحتى النتيجة تأتي من حيث الأهمية بعد الصورة أو الكيفية أو العنصر الدرامي في القصة.<sup>(40)</sup> ويتطلب هذا الأسلوب من الكاتب أو المحرر تفكراً أطول ومهارة أكبر، لا يملكها إلا محرر بارع ومتميز.

ب قالب السرد المباشر: يروي الخبر في هذا القالب الموضوع من بدايته المنطقية إلى نهايته المنطقية، وهو نادر الاستخدام في التلفزيون.<sup>(41)</sup>

ج القالب التجميعي: وهو القالب الذي يصلح في كتابة القصص الإخبارية إذا كانت تنتهي بعدة تفاصيل ذات قيمة إخبارية متساوية تقريبا ومتعلقة بموضوع، ويجب أن ينشر هذا النوع من الأخبار كاملاً، لذلك يتطلب مساحة زمنية كافية، لأنّ التفاصيل متساوية القيمة، واختصارها قد يؤدي إلى إحداث خلل في التوازن.<sup>(42)</sup> يشبه هذا القالب الهرم المقلوب، فمقدمته شاملة وتذكر أهم معلومة، ولكن لا يمكن اختصاره لأنّ جسم الخبر ينتهي بتفاصيل متساوية من حيث الأهمية الإخبارية.

د قالب الأحداث المتوقعة: هو قالب متفرع عن قالب الهرم المقلوب، ويؤكد على عنصري الزمان والمكان وطبيعة الجمهور، ومن سيدعى والمعلومات الأصلية عن الحدث المتوقع. يقوم بناء هذا القالب غالبا على استهلال (تقديم) تلخيص ثمّ التفاصيل التي تبني مجريات الحدث.<sup>(43)</sup> يمتلك هذا القالب بنية تخصه وتميزه تماما، ففي الأخبار المتوقعة والمبرمجة هناك استهلال تلخيصي، ولكنه موجز للغاية وبسيط وواضح، كما أن التفاصيل ترتب حسب التسلسل المنطقي ولذلك يتميز هذا

القالب بطبيعة مواضيعه والأحداث المستقبلية المتوقعة التي يتولى معالجة بعض تفاصيلها الأولية قبل حدوثها أو وقوعها.

ه **قالب الساعة الرملية:** يشبه استهلاله قالب الهرم المقلوب، إذ يضع أهم المعلومات في أعلى الخبر ثم يحتوي على سرد تتابعي لجزء أو بقية الخبر، ويتكون هذا النمط من الكتابة من مقدمة ملخصة، ثم معلومات خلفية عن الحدث ثم عرض وجهات نظر أطراف الحدث، ثم عرض زمني متتال للأحداث الفرعية في الخبر. حيث بدأ هذا القالب بخبر ساخن ثم يسير عبر تتابع زمني في جزء أو بقية الخبر، وينتهي بتعليق أو نتيجة الخبر ويستخدم في عرض قضايا وتحقيقات الشرطة والمحاكمات. (44)

و **قالب القائمة أو الجدول:** يستخدم هذا الأسلوب عندما يكون لدينا عدة نقاط مهمة يجب تأكيدها على شكل فقرات من المعلومات في بدايته، ثم يشتمل على قوائم بالنقاط المساندة ويستخدم هذا الأسلوب في الأخبار التي تتعلق بدراسات وأخبار الحكومة كالاتصالات... الخ.

ز **القالب الإعلامي الجديد:** يتكون من ثلاثة عناصر هي: الذروة والسبب والخاتمة، ويراد بهذه الطريقة الإمساك بانتباه المتلقي عن طريق تقديم آخر تفاصيل الحدث أولاً، ثم الوصول إلى الأسباب وبعدها هناك فقرة تؤدي إلى الخاتمة. (45)

### 5. مصادر الخبر التلفزيوني:

يتشارك التلفزيون في الحصول على الأخبار غير المصورة مع غيره من وسائل الإعلام من مصادرها التقليدية المعروفة، وكالات الأنباء البرقية *Copy Agencies*، والاستماع السياسي والنشرات والدوريات والعلاقات العامة... الخ، كما ينفرد التلفزيون بمصادر يحصل من خلالها على مادته الإخبارية المصورة، باعتباره وسيلة مرئية تملك القدرة على عرض الحدث ووقائعه بالصورة الحية أو المتحركة، وبصوتها الطبيعي من أهمها:

1.5 **طاقم التغطية الإخبارية التلفزيونية:** ويضم المندوب والمراسل سواء محلي أو الذي توفده المحطة للخارج، يقوم بإعداد رسائل إخبارية حول مختلف الأحداث، ويقوم هؤلاء بتزويد المحطة التي يعملون بها بالقصص الإخبارية، ويتكون الطاقم الإخباري الذي يوفده التلفزيون عادة لتغطية حدث ما من المندوب، المراسل، المصور، مسجل الصوت، وفني الصوت وفني الإضاءة، ويعرف كل من المصور ومسجل الصوت وفني الصوت والإضاءة بطاقم التصوير، يتولى طاقم التغطية الإخبارية تغطية أهم الأحداث المحلية أو الوطنية، كما يغطي الأحداث العالمية المهمة في جميع أنحاء العالم. (46)

كما ساعد التطور التكنولوجي لوسائل الإعلام والاتصال واندماج الوسائل وظهور الهواتف الذكية والكاميرات الذكية في اختصار طاقم التغطية الإخبارية التلفزيونية في شخص المراسل أو المندوب أو الموفد، الذي يصادف تواجده بمكان الحدث، أو ينتقل إلى مكان الحدث، وينقل تفاصيله المصورة (صوت وصورة) مباشرة عبر الأقمار الصناعية باستخدام الهاتف الذكي والكاميرا الذكية، وظهر هذا النوع من المراسلين في الحرب على العراق، وبدأت المحطات التلفزيونية بتدريب مراسليها (خاصة مراسلي الحرب) على هذا النوع من التغطية واستخدام تكنولوجيا الوسائط المتعددة في نقل الحدث.

**2.5 وكالات الأنباء العالمية المصورة:** ومن أشهرها الوكالة الانجليزية *Vis News*، والوكالة الأنجلو أمريكية *World-Wide Television (WTN)*، ووكالة رويترز *Reuters* الإنجليزية التي بدأت خدماتها المصورة بشكل متطور، والخدمة التلفزيونية الأوروبية *E T E S*، بالإضافة إلى بعض الوكالات المصورة الأخرى مثل: جاما الفرنسية، و *CBS* الأمريكية، وغيرها من الوكالات المصورة عبر العالم.

**3.5 التبادل الإخباري:** يعتبر هذا المصدر من أهم المصادر التي تعتمد عليها المحطات التلفزيونية، سواء كان بك التبادل على المستوى الثنائي أو بين أكثر من محطة، يتم هذا التبادل بعدة طرق منها: البث الإلكتروني عبر الأقمار الصناعية أو شبكات الميكروويف، أو ما يعرف بشبكات الأخبار السلكية، أو عن طريق الشحن الجوي الذي يقل استخدامه في وقتنا الحالي.

ولا شك أن الإعلام عبر الأقمار الصناعية، قد زاد من قنوات الاتصال الدولي التلفزيوني، وساعد بالتالي على تبادل الأخبار والبرامج، مما يثري لغة التخاطب الدولي بين الشعوب، وأصبحت سهولة التبادل الإخباري الدولي جزءاً من الانفتاح على وسائل التنمية التكنولوجية الحديثة، هذا التبادل الإخباري قد يكون منتظم ويتم يومياً، أو غير منتظم على فترات متقطعة وغير منتظمة.

وتتم عملية التبادل التلفزيوني على مستوى عالمي بفضل وجود شبكات تلفزيونية عالمية، إقليمية أو دولية، وهناك وكالات أنباء مصورة تزود مشتركها في مختلف أنحاء العالم برسائل إخبارية فيلمية، كما أن هناك هيئات ومنظمات مختصة في تبادل البرامج التلفزيونية، ومن ضمنها الأخبار بصورة رئيسية كمنظمة اليورفيزيون والتي تأسست عام 1954، وتظم في عضويتها دول أوروبا الغربية ودول أخرى، ومنظمة الأنترفيزيون والتي تأسست عام 1960، واتحاد إذاعات الدول العربية ومقرها تونس<sup>(47)</sup>، وعدة منظمات أخرى تساهم في تزويد المحطات التلفزيونية في مختلف أنحاء العالم بأخبار الأخبار.

**4.5 رصد المحطات أو الشبكات الإخبارية التلفزيونية العالمية أو القنوات الفضائية:** ومنها على سبيل المثال الشبكة الإخبارية الأمريكية *CNN*، حيث تنقل محطات الأخبار التي تنقلها التلفزيونات الأخرى التي سبقها إلى مكان الحدث، أو التي تملك حق التغطية الحصرية، أو في حالة منع القناة من التواجد

بمكان الحدث لسبب أو لآخر، تنقل القناة الحدث بالاعتماد على الصور الحية التي تنقلها القنوات الأخرى.

**5.5 مصادر أخرى متنوعة:** يحصل منها التلفزيون على أخباره المصورة ومنها:

- الأمم المتحدة التي ترسل أخبارا مصورة تتناول أهم أنشطتها، وأهم القضايا التي تهتم بها وكذا المناسبات الخاصة بها، وبعض التقارير التي تسجلها في شكل أضواء على الأحداث
- المنظمات الدولية الأخرى مثل الوكالة الأمريكية للطيران والفضاء (N.A.S.A)، التي تزود هيئات التلفزيون بالمادة المصورة عن الفضاء والأقمار.
- كما تقوم سفارات الدول بتزويد التلفزيون بمادة إخبارية مصورة تتضمن تغطية لبعض الأحداث الهامة.

**6.5 المصورون بالقطعة:** وهم لا يتبعون للمحطة التلفزيونية، لكن يقومون بتزويد التلفزيون بأعمالهم مقابل أجر، يتواجدون لحظة وقوع الحدث وفي غياب أطقم التصوير المكلفين بالتغطية، ويحتمل أن يقوم التلفزيون بشراء الفيلم أو شريط الفيديو للاستخدام في النشرات والبرامج الإخبارية، والمصورون بالقطعة غالبا ما يكونوا صحفيين يحملون كاميرات التصوير أملا في الحصول على المال، يكثر هذا النوع من المصادر في المجتمعات الغربية المتقدمة، بينما ينذر استخدامه في محطات التلفزيون العربية. (48)

**7.5 كاميرا الهواة:** وهم أشخاص هواة قد لا تكون لهم علاقة مع الإعلام، يصادف تواجدهم في مكان الحدث، يحملون كاميرات ويسجلون الحدث، ويقومون بإرساله إلى محطات التلفزيون، أو يقدمونه إلى طاقم التغطية الذي يحضر بعد الحدث دون مقابل، وغالبا ما يعتمد على هذه المصادر في تغطية الكوارث الطبيعية، حوادث الطرقات،... الخ.

كما يحصل التلفزيون على الأخبار غير المصورة كما سبق وأشرنا من مصادر تقليدية نذكر منها:

- **الإذاعات المحلية والأجنبية:** إذ تعتبر الإذاعات المحلية والأجنبية مصدرا من مصادر الأخبار خاصة تلك الدول التي تخضع فيها الإذاعة لإشراف حكومي، ولأهميتها كمصدر قامت الوكالات والتلفزيونات الكبرى بإنشاء قسم للاستماع يضم أجهزة استقبال إذاعية وأجهزة تسجيل دقيقة جدا، يتم عن طريقها استقبال وتسجيل ما تذيعه جميع محطات الإذاعة في العالم.
- **الصحف المحلية والأجنبية:** حيث تنفرد بعض الصحف والمجلات المحلية أو الأجنبية بنشر أخبار مهمة أو وثائق خطيرة، أو إجراء أحاديث صحفية مع الزعماء المحليين أو الأجانب وقد يحوي الحديث تصريحات مهمة، كل هذه تعتبر أخبار مهمة تعتمد عليها التلفزيونات في التوثيق للأخبار



التي تنقلها، كما تقوم أغلب التلفزيونات برصد أهم العناوين التي تتناولها الصحافة المحلية والأجنبية في نشرة تلفزيونية يطلق عليها معارض الصحافة.

## 6. تحرير الخبر التلفزيوني:

تمتلك كل وسيلة إعلامية خصوصية تكنولوجيا معينة كشكل العامل الحاسم والمحدد لطبيعة عملها ولنوعية أدائها، والفن الصحفي المستخدم فيها، ونوعية وطبيعة جمهورها، وطرق أساليب الإقناع والتأثير المستخدمة فيها<sup>(49)</sup>، ويتميز الخبر التلفزيوني بكونه يتكون من نص وصورة مصاحبة لهذا النص، لذلك وجب على محرري الأخبار في التلفزيون المزاجية بين هذين العنصرين في أسلوب تحريرهم.

**1.6 تحرير النص الإخباري:** تقوم الأخبار التلفزيونية على عنصر الوقت، فهو محدود ولا يجب تجاوز المساحة الزمنية بأيّ خبر بأكثر من دقيقتين، فقد تأتي في فترة معينة في اليوم الواحد عدة أخبار هامة، يتوقف استغلالها جميعا أو الاقتصار على بعضها لعامل الوقت أو المساحة الزمنية<sup>(50)</sup>، لذلك وجب الاعتماد على معايير ومبادئ أساسية وتطبيقها في عملية تحرير الأخبار وهي:

- استخدام أسلوب الكتابة الإذاعية السلس، فهو أقل تعقيدا أو تكلفا من أسلوب الكتابة في الصحافة المكتوبة.
- يجب أن تكون القصة الخبرية بسيطة وذات وحدة درامية، لا ينتابها أيّ غموض وأيّ لبس، وأن تكون واضحة، كما يجب أن يراعي المحرر فيها الوحدة الدرامية فيقدم الوقائع في صورة روائية شيقة من بدايتها شيقة من بدايتها إلى نهايتها، ويروي ما حدث كأنه يقع في الوقت الحاضر، مما يضيف عليها حيوية وشفافية، وتوضيح جميع عناصر القصة الإخبارية من الذروة إلى الأسباب كما يجب أن تكون الجمل ومكونات النص واضحة، ومباشرة.<sup>(51)</sup>
- يجب الابتعاد عن استخدام مصطلحات علمية أو فنية أو مفردات أجنبية قد لا يفهمها العامة، والابتعاد عن الأساليب البيانية من تشبيهات واستعارات وكنيات، وعدم التعميم في الخاص والتخصص في العام.
- اختصار الأسماء بذكر ألقابها ووظائفها ما أمكن، وإذا كانت أسماء المدن مجهولة فيمكن نسبتها إلى الأماكن المشهورة القريبة.
- انتقاء عبارات الربط المناسبة لإحداث الانتقال السلس بين القصص الإخبارية.<sup>(52)</sup>

- أن تشتمل القصة الإخبارية على مقدمة يجيب فيها المحرر على الأسئلة الستة أو بعضها، على طريقة الهرم المقلوب، حيث تشتمل على أهم العناصر الستة ويقوم جسم القصة بوظيفة الشرح والتكملة لبعض العناصر المهمة.(53)
- استخدام الجمل البسيطة وتجنب الجمل الطويلة المتشابكة التي تعتمد على بعضها البعض، وتجزئة المعلومات إلى جمل مفيدة تساعد المشاهد على فهم كل جزء قبل الانتقال إلى غيره.(54)
- استخدام الجمل التقريرية التي تقوم على المباشرة في تقديم المعنى، وتفادي الفقرات المشروطة.
- الكتابة التلفزيونية الجيدة هي باستخدام الكلمة أو العبارة المحددة التي تحمل قوة في المعنى، فإذا اقترن ذلك بالصورة الحية والصوت الواضح والمؤثر، شكل ذلك مادة قوية وفعالة.

وينبغي الإشارة إلى تضارب الأنباء حول خبر معين إذا كان كذلك، والإشارة إلى مصدر الخبر مباشرة، وخاصة إذا كان الخبر داخلياً، أما إذا كان الخبر خارجياً فيمكن نقله بأسلوب غير مباشر، يكتب الخبر بخط واضح على أن تقسم كلمة بين سطرين أو جملة بين صفحتين، ويكتب على كل ورقة قصة إخبارية واحدة.

بعد كل ذلك يقوم المحرر بقراءة الخبر بعد كتابته بصوت مرتفع، فإذا أحس بوجود صعوبة في نطق الكلمات والجمل أو تدفقها في إيقاعها الصوتي، فإنّ عليه أن يعيد النظر في مفرداته وتركيب جملة مرة أخرى، وبتراكم الخبرة يصبح المحرر قادراً على اختيار الكلمات والمفردات والصيغ المناسبة.

**2.6 تحرير الصورة للخبر التلفزيوني:** يتميز التلفزيون باعتماده على الصورة المتحركة التي تنقل الأحداث كما تجري فعلاً في الواقع وهو ما يعزز عملية إقناع الجمهور، والصورة المتحركة لها أثرها في تعبئة الجمهور واستمالة عواطفه، فالفرح والحزن والرضا والغضب والخوف كلها نتيجة طبيعية لتأمل العديد من اللقطات المتتابعة التي تمّ تصويرها بطريقة معينة وزوايا معينة، وتمّ ترتيبها وتسلسلها بأسلوب معين لتؤدي إلى إحداث هذا التأثير.

ويؤثر إعداد الصورة على عملية الكتابة لأخبار التلفزيون، لأنه عندما يتم اختيار مقطعاً للصورة أو عدة صور للتعليق عليها، فإنما يتم اختيار النص الإخباري ومكان وضعها وكيفية استخدامها، وتحدد هذه التوليفة الشكل العام للخبر وبنائه.

وحتى تكون الصورة ملائمة للنص ومنسجمة معه يجب مراعاة مايلي:

- إلغاء الأجزاء المتصلة بالموضوع(موضوع الحدث) أو التي ليس لها قيمة إخبارية، كما يجب إلغاء أي وقفة تزيد عن ثلاثة ثواني، لأنه الحد الأقصى المسموح به للصمت في الإذاعة

والتلفزيون، ومن المعروف أنّ الأجزاء التي يتلغثم فيها المتحدث يجب أن تعامل معاملة الأجزاء غير الواضحة من حيث ضرورة استبعادها.

- ضرورة اتفاق النص الذي نسمعه مع مضمون ومحتوى المادة الإخبارية المصورة التي نشاهدها، فحينما يتفق مضمون النص مع مضمون المادة المصورة تزداد نسبة فهم واستيعاب المشاهدين لهذه المادة الإخبارية، لذلك يجهد الفرد نفسه حتى يظل منتبها لما يقال ويعرض في آن واحد، في حال مشاهدته لمادة إخبارية مصورة لا يتفق مضمونها مع التعليق المصاحب لها. (55)

- ترك الصورة تعبير عن الموقف وعدم الخشية من ذلك، خاصة إذا كانت جميلة وتتضمن مقتطفات حية بالصوت.
- يترك في بعض الحيات للمشاهد اكتشاف بعض النقاط المهمة بنفسه، ويجب على المندوب أن يتذكر ضرورة استخدام الصورة على نحو اقتصادي هادف.
- كما يجب الإشارة إلى أنه رغم كون التلفزيون ينقل الأخبار نقلا حيا في أحيان عديدة، لكن تحت إغراء سلطان الصورة بعد تدخل المندوب أمرا ضروريا.

#### 7. مكونات الخبر التلفزيوني ووحدات بنائه:

يحتوي الخبر التلفزيوني الكثير من المعلومات لمن المهم أن يحمل فكرة أساسية واحدة تدور حولها الأخبار، أما المعلومات الأخرى فتساعد الفكرة الرئيسية، ويتكون الخبر التلفزيوني من ثلاثة أجزاء وهي: (56)

**1.7 مقدمة الخبر:** وهي بداية الخبر ومدخله، ينبغي أن تجيب على الأسئلة الستة: من؟ (الشخص أو الحدث)، ماذا؟ (ماذا حدث؟)، متى؟ أين؟ لماذا؟ وكيف حدث؟ يتم تحريرها باختيار أهم جزء من تفاصيل الخبر الذي يمثل مركز الثقل، تتضمن ملخصا للموضوع وتكشف عن هوية الأشخاص والأماكن من ذوي العلاقة، وتبرز الطابع المميز للخبر وتعطي آخر التفاصيل عن الحدث، وتثير اهتمام المشاهد لمتابعة الخبر. وتوجد أنواع مختلفة من المقدمات المستخدمة في الخبر، ويحدّد نوع المقدمة المستخدمة طبيعة الحدث نفسه، وموضوعه، ونوعية الوقائع المستخدمة ونوعية القناة التلفزيونية وشخصيتها، ونوعية التأثير المطلوب إحداثه على القارئ، والمقدرة الإبداعية للتلفزيون. (57)

فهناك المقدمة الوصفية التي تصف الحدث نفسهن المقدمة المكثفة التي تقوم على أساس حشد جميع عناصر الإثارة، المقدمة المجازية أو الرمزية التي تعتمد على استخدام الكلمات بمعان مجازية بما يضيف عليها قدرا من الإثارة والجاذبية، مقدمة الحالة أو الجو وهي التي تصف الجو المحيط بالحدث، مقدمة الحكم والأمثال، المقدمة التساؤلية أو الاستفهامية وهي المقدمة التي تبدأ بسؤال يضم

أهمّ المعلومات في الخبر، مقدمة الاقتباس التي تقتبس عبارة أو جملة أو فقرة من تصريح أو حديث مصدر الخبر، المقدمة المقتضبة المركزة (المباشرة أو الطلقة)، وهي مقدمة مركزة تتجه بكلمة أو بكلمتين أو جملة قصيرة إلى مركز الخبر أو جوهره لتقدمه بشكل شديد التركيز وتكون مفاجئة وملفتة. (58)

المقدمة الإعلانية وهي المقدمة التي تتسم بجذب انتباه المتلقي ليس لمعلومات واردة في المقدمة، ولكن لمعلومات متضمنة في صلب الخبر، وتستمد هذه المقدمة صفة جذب الانتباه من أسلوبها في العرض المستمد من فنّ الإعلان.

كما يوجد هناك أنواع أخرى من المقدمات منها المقدمة الساخرة، ومقدمة الصورة التي تعتمد على رسم صورة حية لشخص الرئيس في القصة الخبرية، وغيرها من أنواع المقدمات.

**2.7 جسم الخبر:** يشرح تفاصيل الخبر أو الحادث، ويتكون من أجزاء كل منها تشكل شريحة من الخبر تتناول جزءا من أحداثه في وحدة متكاملة يتم ترتيبها في تسلسل وفق الأهمية التنازلية لكل منها، أي نبدأ من الأهمّ ثم الأقل أهمية وهكذا. (59)

**3.7 الخاتمة:** تتضمن الاستنتاجات النهائية للحادث، وهي الأصول الرئيسية التي تسببت بوقوع الحدث أو تطورات السابقة.

وتترتب هذه المكونات في وحدات لبناء الخبر التي تعد من أهمّ العوامل التي تتحكم في صناعة الخبر وتشمل وحدات بناء الخبر:

▪ **العنوان:** وهو ما يعبر للمشاهد عما يدور الخبر حوله، فهو أول ما يجذب المشاهد، وهو يحمل رسالة مختصرة مفيدة وفي بعض الأحيان مذهلة، يخبر المشاهد بالموضوع الذي يحمله الخبر التلفزيوني. يمثل العنوان المدخل الحقيقي للخبر والمقدمة بالذات ويستوحي معناه من محتويات المقدمة والكلمات المفتاحية في وحدات الخبر. (60) وغالبا ما يشمل العنوان أهم حقيقة في الخبر، أكثر الأحداث إثارة وأهم قيمة إخبارية يتضمنها الخبر.

ولابدّ أن يكون العنوان مركزا ومختصرا وواضحا لموضوع الخبر، وجديدا وجذابا ومثيرا للاهتمام، وصادقا غير مبالغ لحقائق الخبر ومناسبا لشخصية القناة التلفزيونية، وهناك عدة أنواع من العناوين منها: العنوان المختصر، العنوان المقارن، العنوان الاستفهامي، العنوان الاقتباسي، العنوان الموضح المفسر، العنوان الإخباري البحث، عنوان التأكيد، العنوان الوصفي والعنوان الساخر... الخ وتتطلب صياغة العنوان مهارات عديدة منها: فهم دقيق للقصة الخبرية وحصيلة وافرة ودقيقة من المفردات اللغوية، وإحساس نحوي بتركيب الجمل، وحرفية مهنية كبيرة.

- **الاستهلال (المقدمة) (61):** يفصح عن الحقائق الرئيسية للخبر في فقرته الاستهلالية، ولا تكتفي أفضل المقدمات بمجرد إشباع الفضول الأولي للمتلقي، لكنها تفتح شهيته إلى الاستزادة بالمشاهدة، ويجب على الصحفي أن يتأكد من أنّ استهلاله يؤدي الوظائف الخمسة الآتية:
  - ✓ أن يعرض ملخصا للموضوع.
  - ✓ يكشف عن هوية الأشخاص والأماكن ذوي العلاقة به.
  - ✓ يبرز الطابع المميّز للخبر.
  - ✓ يعطي آخر الأنباء عن الحدث.
  - ✓ يثير اهتمام المشاهد لمتابعة الموضوع.
- **تدعيم المقدمة أو البداية:** يجب أن ندعم الاستهلال بجملته من المعلومات التي تظهر للمشاهد الفقرة الرئيسية من الخبر.
- **الفقرة الجوهرية (الأساسية):** وهي النقطة المركزية في الخبر والتي يتم تحديدها باختصار شديد، وأنّ كافة المعلومات المتوفرة للخبر يجب أن تدور أو ترجع إلى نقطة أساسية وهي النقطة المركزية.
- **نص الزيادة:** وهو أهم نص مقتبس في الخبر ويساند الفكرة الأساسية للخبر وهو يسند الخبر وهو غير أساسي في كل خبر.
- **التأثير:** يجب أن يكون الخبر مؤثرا بإجابته على سؤال: ما أهمية هذا الخبر ليكون له تأثير في المتلقي أو المشاهد؟
- **الإسناد:** لكي يتأكد المشاهد من صحة المعلومات الواردة في الخبر يجب إسناده إلى مصدر.
- **خلفية الأحداث:** هناك بعض الأحداث الهامة التي لها خلفية تاريخية معينة يحتاج المشاهد لمعرفة بعض تفاصيلها لإعطائه صورة واضحة للخبر عند بثه.
- **التفصيلات:** وقد تشمل تصريحات أو نصوصا توضح أكثر كيف؟ ولماذا؟ أو متى وقعت المشكلة ورد الفعل عليها.
- **الخاتمة:** تحوي الخاتمة أحد العناصر الآتية وهي تصريح أو نص معين، وعدم تكرار المعلومات السابقة.

ويتميز الخبر التلفزيوني بصفات أساسية وهي:

- **الصحة:** وهي أهم صفات الخبر حيث تعطي المتلقي الثقة بالقناة أو المصدر الذي يبث الخبر، فيجب التأكد من صدق الخبر من أجل الحصول على السبق الصحفي، فلا يمكن لقناة تلفزيونية أن تثبت خبرا هاما دون أن تتأكد من صدقه أو كذبه، والتضحية بخبر مهم غير مؤكد، وعدم نشره أفضل بكثير من نشره ثم اتضح عدم صحته.
- **الدقة:** يجب أن يتميز الخبر بالدقة في المعلومات التي يحتويها، فالخبر غير الدقيق هو الخبر الناقص سواء جاء بعمد أو نتيجة الإهمال والسرعة، وتعني الدقة في الخبر ذكر الحقيقة كاملة دون تغيير في الخبر لكي تعطي صورة واضحة للخبر دون معنى مغاير.
- **الموضوعية:** يقصد بها عدم تحريف الخبر بالحذف أو الإضافة، فالخبر التلفزيوني لا يجب أن يتلون أو يتغير حسب أهواء القناة التلفزيونية، أو أهواء المحرر الذي يحصل على الخبر، مع أنّ هناك الكثير من الجدل المثار حول الموضوعية، حيث أنّها خاصية نسبية إذ لا يمكن فصل طريقة معالجة الخبر عن سياسة القناة التلفزيونية، والأفكار والإيديولوجيات التي ينتمي إليها المحرر.

#### 8. أنواع البرامج الإخبارية:

لا يكتفي التلفزيون بسرد الأحداث والوقائع وحقائقها، بل يعتمد على نشر الوقائع والأحداث والتعليق عليها، حتى يتمكن الجمهور من الإحاطة بها، واستيعابها، وإدراكها، لهذا فهو بحاجة إلى برامج مكملة للأخبار تفسر الأحداث والوقائع للمعاونة على فهم الأخبار واستيعاب أبعادها، من خلال شرح الأخبار أو تبسيطها أو تفسيرها، أو الكشف عن أسبابها وإيضاحها، لذلك أخذ التلفزيون بمبدأ تقديم نشرات ومواجيز للأخبار ضمن فترات زمنية، مع تعزيزها بتقديم برامج إخبارية تستقل عن هذه النشرات وتلك المواجيز، فبرزت أشكال جديدة من هذه البرامج (برامج الأخبار)، ومن الأشكال الإخبارية في التلفزيون نجد:

**1.8 نشرة الأخبار:** وهي مجموعة من الأخبار المحلية والعالمية، والتحقيقات والتعليقات والأحداث، تقدم في فترة زمنية معلومة، وهي تصوير للأحداث العالمية أو المحلية لحظة وقوعها، بحيث تتمكن من إحداث تأثير عاطفي على المشاهدين من خلال الإعلام والشرح والتفسير لما وقع. ويتضمن إعداد وبثّ النشرة الإخبارية، الانتقاء والتحرير وإخراج المادة الإخبارية وإعادة إنتاجها على الشاشة بواسطة المذيع.<sup>(62)</sup>

حيث ترد برقيات المندوبين والمراسلين التلفزيونيين إلى المحطات لإبلاغها بآخر الأنباء، ويتم استلام نشرات وكالات الأنباء.

تجمع الأخبار ويتم مراجعتها واختيار ما يصلح منها تحت إشراف رئيس التحرير، لتكتب وتطبع وترتب وتيوب حسب الأهمية في نشرة الأخبار، وتوضع مواجيز في بداية النشرة لتذاع في وقتها المحدد على الهواء مباشرة.

**2.8 الجرائد المصورة:** تتميز هذه الأشكال بالإيجاز وسرعة التركيب، كما تقل فيها التعليقات ويقل فيها أيضا التحليل، وتسعى في غالبها إلى الترفيه أكثر من الإخبار أو الإعلام.

ظهرت هذه الأشكال في فرنسا على سبيل المثال في برنامج "صباح الخير فرنسا" الذي قدم لأول مرة على قناة *TF1* في 15 ديسمبر 1984، باعتباره جريدة أسبوعية أو جريدة نهاية أسبوع، صباحي كل سبت وأحد من الساعة 8 و30 دقيقة إلى التمام التاسعة، ثم مدد التوقيت بنصف ساعة أمام إقبال المشاهدين على متابعة هذا النوع الجديد من الجرائد.<sup>(63)</sup>

كما ظهر برنامج *MBC* في أسبوع الذي يقدم كل يوم جمعة، يعود فيه معدّي البرنامج إلى أهم الأخبار التي ميّزت الساحة العربية والدولية في أسبوع.

ويتناول هذا الشكل عادة أخبار موجزة حول المجتمع أو الحياة اليومية للناس ومواضيع الرياضة والثقافة والصحة والترفيه، ويفتح عادة بجريدة مصورة مختصرة أو موجز إخباري لا يتجاوز العشرة دقائق، وينتهي البرنامج بقراءة ثانية في فقرة مدتها خمس دقائق.

**3.8 الحصص الخاصة:** مع اتساع ساعات البث وتعدد الأشكال الإخبارية ظهرت الحصص الخاصة التي تعتبر امتدادا لنشرات الأخبار التلفزيونية، فهي حصص تبثّ خلال مناسبات معينة لعدم قدرة نشرة الأخبار التلفزيونية على استيعاب زخم الوقائع والأحداث.

**4.8 المجلات الإخبارية:**<sup>(64)</sup> تتطور المجلات الإخبارية المصورة باستمرار في القنوات التلفزيونية، وتتناول في الغالب مواضيع وطنية تتعلق بجوانب الحياة المعاصرة للمواطن، ومن أمثلة المجلات في التلفزيونات: "أكثر من رأي" في قناة الجزيرة، و"في دائرة الضوء" في التلفزيون الجزائري. ويصنف المختصون البرامج الخدمية كنوع من الخدمة الإخبارية إلى جانب البرامج الوثائقية.

**5.8 شريط الأخبار:**<sup>(65)</sup> وهو عبارة عن برنامج إخباري يستهدف فصل التحليلات والتعليقات عن الأخبار المجردة، ويتضمن الشريط الإخباري مقابلات مع شهود عيان، أجزاء من خطب وتقارير عن أحداث من مندوبين أو مراسلين وأحاديث قصيرة ومقابلات، ويتطلب شريط الأخبار هيئة تحرير كبيرة، وإمكانيات تقنية إضافية حتى ينتج بشكل جيد.

**6.8 البرامج أو الحصص الرياضية:** وهي برامج تقدم فيها أهم الأحداث الرياضية الوطنية، الإقليمية أو العالمية، فتعرض فيها التقارير والمقابلات التي يجريها المندوبون، وتتناول هذه الأخبار بمزيد من التحليل والشرح والتفسير.

**ثانياً: نشرات الأخبار في التلفزيون.**

حتى يتحول الحدث إلى خبر إعلامي لابد أن يخضع لمتطلبات الفن الإعلامي، عن طريق المعالجة الإعلامية التي تبدأ من تجميع الأحداث، وانتقاء ما يصلح منها أن يكون خيراً إعلامياً، واختيار أسلوب تقديمه، وقالب كتابته، والموقع الذي يشغله في خارطة الأخبار، والبرنامج الذي سيذاع منه وغيرها من الخطوات التي توصل في النهاية الخبر التلفزيوني في شكله الجاهز للوصول إلى الجمهور.

وأثر التطور الذي مس التلفزيون من توسع ساعات البث التي أصبحت دون انقطاع، وطريقة البث التي تطورت بفعل الأقمار الصناعية وطغى عليها أسلوب البث المباشر، والتطور التقني الذي مس تقنيات الإنتاج التلفزيوني، على أساليب المعالجة الإعلامية أيضاً، حيث ظهرت أساليب جديدة لتقديم الأخبار ضمن برامج متنوعة، فتحت نافذة الخيارات لأساليب وأشكال متنوعة للأخبار.

**1. العوامل التي تتحكم في انتقاء الأخبار التلفزيونية:**

نحن نشهد كل يوم ملايين الأحداث التي تقع في أنحاء العالم، ولكن لا يرقى منها إلى مرتبة الخبر إلا تلك الأحداث التي تستحق أن تنتشر عبر وسائل الإعلام، فالحدث يظل مجرد حدث ولا يتحول إلى خبر إلا حين ينشر ويذاع.<sup>(66)</sup>

وتعد دراسة المعايير أو العوامل التي تحكم عملية انتقاء الأخبار المنشورة في وسائل الإعلام، من أهم القضايا التي تشغل بال الباحثين في مجال الإعلام، حيث بعض أساتذة الإعلام أن مشكلة عدم التوازن الإخباري لا تكمن فيما تنقله وكالات الأنباء ولكن تكمن فيما تفعله وسائل الإعلام بالأخبار التي تصل إليها، فمحرر الأخبار يقدم للجمهور ما يراه ملائماً في إطار ما هو متوافر من مساحة أو من زمن، حيث لا تستطيع وسائل الإعلام أن تنتشر أكثر من 10%<sup>(67)</sup> التي تصلها، لذلك يمكن أن وكالات الأنباء توفر الأخبار، ولكنها لا تستطيع أن تفرض استخدامها.

وشهد النصف الثاني من القرن الماضي اهتماماً واسعاً من قبل الباحثين للوصول إلى أهم العوامل التي تؤثر في عملية اختيار الأخبار، وظهرت ثلاثة اتجاهات أو زوايا للبحث، ففي الولايات المتحدة الأمريكية اهتم الباحثون بدراسة السمات الشخصية والجوانب المهنية للقائم بالاتصال، وفي بريطانيا ركزت الدراسات على القيود التي تفرضها المؤسسة، وركزت الدراسات الفرنسية على التكوين الإيديولوجي والمهني للصحفيين.<sup>(68)</sup>

ومن العوامل التقليدية التي يراعيها العاملون في الأخبار عند اختيارها: أهمية الشخصية محور الحدث، أهمية الحدث وحدثه، بالإضافة إلى عوامل أخرى سياسية وثقافية مثل تأثير السياسة الرسمية للدولة سواء من حيث إبراز بعض الأنباء، أو التعتيم عليها، واستغلال الأخبار للضغط على دول



أخرى، فضلا عن ميل الإعلاميين إلى تبسيط الأخبار وتقديمها في اصطلاحات لتقف مع تحيزاتهم الإيديولوجية وميولاتهم الشخصية.

وعلى العموم يمكن تلخيص أهم العوامل التي تؤثر في اختيار الأخبار المعروضة في التلفزيون

كما يلي:

**1.1 عوامل خاصة بالمجتمع:** حيث يعمل التلفزيون محاولته المحافظة على القيم المجتمعية والثقافية السائدة التي تحكم النظام الاجتماعي في الدولة التي يعمل التلفزيون بها ويرتبط ذلك بوظيفة التنشئة الاجتماعية التي يقوم بها التلفزيون للحفاظ على التقاليد السائدة، حيث يغفل القائم بالاتصال أحيانا بعض الأحداث شعورا منه بالمسؤولية الاجتماعية، وقد يضحى في سبيل ذلك بالسبق الصحفي.<sup>(69)</sup> وتزداد أهمية هذا الأمر في الدول النامية، حيث تعمل وسائل الإعلام على الاهتمام أو إغفال بعض المواضيع والأحداث للوصول إلى حالة الإجماع حول الأمور الأساسية، غير أن وسائل الإعلام الأمريكية تعمل على تثبيت بعض التقاليد الأساسية للمجتمع دون أن تخضع لأي نوع من السيطرة الحكومية.

كما يسيطر النظام السياسي على النظام الإعلامي من خلال السيطرة على البنى الأساسية التي تعتمد على الإعلام، مثل التشريعات القانونية التي تنظم العمل الإعلامي والبرث التلفزيوني، وقوانين الصحافة، والسياسات المالية كتوظيف الإعلانات للضغط على التلفزيونات ووسائل الإعلام. ويؤثر النظام الإعلامي السائد على الطريقة التي تعمل بها القنوات التلفزيونية، حيث تؤثر الحرية الممنوحة في قناة تلفزيونية معينة في اختيار الأخبار بطريقة مختلفة عن القنوات التلفزيونية الأخرى التي تعمل في ظل نظام إعلامي يقلل من هامش الحرية.

**2.1 عوامل خاصة بالمؤسسة الإعلامية:** إن أهداف أي مؤسسة تلفزيونية تتراوح بين أهداف ربحية من خلال الإعلان وزيادة إقبال الجمهور، وأهداف غير ربحية مثل التأثير الاجتماعي أو خدمة الجماهير.

وتعد السياسة التحريرية للقناة التلفزيونية من أهم العوامل التي تؤثر في محتواها الإخباري، ويقصد بها الوجهة التي تختار القناة التلفزيونية إتباعها عند اختيارها لشكل ومضمون المحتوى الإعلامي.

وتتكون هذه السياسة من مجموعة من القواعد الواضحة تتعلق بالسلوك المناسب في القناة التلفزيونية، وتعد هذه القواعد أدوات للدفاع عن مصالح ملاك القناة والترويج لمواقفهم، عبر صياغات بعينها للأحداث والقضايا، سواء كان ملاك القناة التلفزيونية من الخواص أو الدولة، ويكتسب الإعلامي هذه القواعد من خلال عمله في القناة التلفزيونية، وهو ما يؤثر في إبراز بعض الأخبار، وإهمال البعض الآخر أو تحريضه لها.

وتعد ملكية القناة التلفزيونية من أهم العناصر التي تشكل سياستها التحريرية وتؤثر بالتالي على المحتوى الإخباري لها، فبينما يتم التركيز على المواد السياسية والجادة في القنوات التابعة للدولة ينصرف الاهتمام إلى المواد الترفيهية في القنوات الخاصة.

**3.1 عوامل خاصة بالقائم بالاتصال:** القائمون بالاتصال هم أفراد يفترض وجودهم في كل حلقة من حلقات سلسلة انتقاء الأخبار، وهم الذين يتمتعون بالحق في تقرير ما إذا كان الذي بين أيديهم من أخبار ليتم نقلها أم لا، وما إذا كان سيتم نقلها بنفس الشكل أم ستدخل عليها تعديلات وتغييرات. ويرجع هذا الاتجاه إلى دراسات حارس البوابة، حيث تلعب السمات الشخصية للقائم بالاتصال دورا في اختياره للأخبار، فالجنس والعمر والطبقة الاجتماعية والانتماءات الإيديولوجية والعقائدية تشكل إطارا دلاليا يعمل من خلاله القائمون بالاتصال، كما يشمل ذلك أيضا، خبرة القائم بالاتصال المهنية، والتوجه الذاتي له، والتدريب المهني كلها تؤثر على إدراكه للأخبار وبالتالي اختياراته لما ينشر أو يذاع في القناة التلفزيونية التي يعمل بها.<sup>(70)</sup>

**4.1 عوامل خاصة بطبيعة العمل الإخباري ذاته:** حيث تؤثر الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال داخل حجرة تحرير الأخبار في المحتوى الإخباري النهائي للقنوات التلفزيونية مثل ضيق الوقت، محدودية المصادر، ومحاولة مراعاة أخلاقيات العمل، وتحري الموضوعية.<sup>(71)</sup> ومن أهم العوامل المهنية الحاسمة في تأثيرها على عمليتي اختيار وتحرير الأخبار هي مصادر الأخبار، كما تعد القيم الإخبارية أيضا من أهم المعايير التي تؤثر على اختيار وتحرير الأخبار.

## **2. التغطية الإعلامية للأخبار في التلفزيون:**

يقصد بالتغطية الإعلامية للخبر، عملية الحصول على بيانات وتفاصيل حدث معين والمعلومات المتعلقة به والإحاطة بأسبابه ومكان وقوعه، وأسماء المشتركين فيه وكيف وقع ومتى وقع... وغيرها من المعلومات التي تجعل الحدث مالكا لمقومات وعناصر الخبر التي تجعله صالحا للنشر.<sup>(72)</sup> وتعمل أطقم وفرق التغطية الإخبارية التلفزيونية التي تتكون من مندوبي الأخبار وأطقم التصوير التي تضم المصورين ومساعديهم ومسجلي الصوت وعمال الإضاءة ليل نهار في تغطية الأخبار والحوادث التي لا تتوقف، وتعتبر تغطية الأخبار عملية جماعية، فبينما تتهمك أطقم التغطية في تغطية الأخبار والأحداث حال وقوعها يقوم قسم وسائل الإيضاح والرسوم المتحركة بدراسة عناصر الخبر ليقرر ما يجب أن يوضحه بالرسوم التوضيحية، ويختار أنواع الإيضاح اللازمة من أرقام ورسوم أو رموز... الخ، ويجب أن لا ينقطع الاتصال بين حجرة الأخبار ومندوبي الأخبار التلفزيونية.<sup>(73)</sup>

ويلعب مندوب الأخبار دورا هاما في عملية التغطية الإخبارية للتلفزيون فهو سيد الموقف دائما، فهو الذي يقرر حجم التغطية الإخبارية، ومن يحدد مفهوم الخبر، وتقع على كاهله مسؤولية منع تحريف الخبر، وعليه أن يقيم مغزى الحدث الذي يقوم بتغطيته وهدف المشاركين فيه والجمهور الذي

يمثلونه، كما يقيم حاجة الجمهور للخبر، كونه على احتكاك مباشر بمكان الحدث والأكثر اطلاعا على حيثياته، لذلك أصبح المندوب عصب النشرة الإخبارية التلفزيونية. ويجب على مندوب الأخبار أن ينتقل إلى مكان الحدث بنفسه ليطلع على حقائق الحدث ويحصل بنفسه أيضا على تفاصيله الدقيقة، ويجب أن يتوجه إلى المصدر الرئيسي للخبر لا للمصادر الثانوية، وأن يضع لنفسه خطة لتغطية الخبر من جميع جوانبه، حتى يتحدد له خط سيره ويتوفر له الوقت والجهد الذي يمكن أن يبذله في غير الطريق الصحيح. ويجب على مندوب الأخبار أن يحسن الأداء أمام كاميرات التصوير، وأن لا يتوانى في التغطية الكاملة لكل جوانب القصة الخبرية، وأن يبذل قصارى جهده لإبراز النواحي المختلفة للموضوع. كما يجب على مندوب الأخبار الإعداد المسبق لتغطية الخبر بأن يحاول الحصول على أكبر قدر من المعلومات المتعلقة بحدث معين قبل التنقل إلى مكان وقوعه. وأن يهتم أثناء تغطيته للحدث بذكر الأسماء الحقيقية للأشخاص الذين اشتركوا في الحدث وأدق التفاصيل عن حياتهم، وأن يهتم بأسماء الأماكن التي تقع بها بعض الأحداث خاصة إذا كانت هذه الأماكن ذات شهرة تاريخية أو أدبية أو سياسية وذكر تاريخها وأهم الأحداث التي أكسبتها تلك الشهرة، كما لا بد أن يقوم بوصف الجو العام الذي أحاط بالحدث أثناء وقوعه.

## 1.2 أنواع التغطية الإعلامية للخبر: هناك نوعان من التغطية الإخبارية: (74)

**1/ تغطية تسجيلية أو تقريرية:** وهي تلك التي تهتم بالحصول على التفاصيل والمعلومات الخاصة بحدث معين تم بالفعل مثل وقوع زلزال، سقوط طائرة، وصول زعيم أجنبي لزيارة البلاد، إعلان استقالة وزير

**2/ تغطية تمهيدية:** وهي التي تهتم بالحصول على التفاصيل والمعلومات المتعلقة بحدث متوقع، أي حدث لم يتم بعد ولكن هناك مؤشرات تشير إلى احتمال وقوعه، مثل التغطية التمهيدية لتحضيرات استقبال رئيس البلاد، فيذكر فيها تاريخ الزيارة والمشاريع المتوقعة تدشينها، والمواقع التي سيمر بها....الخ. أما بعد الزيارة فتغطي بجمع تفاصيلها، كيف كان الاستقبال، وقت الوصول، بروتوكول الاستقبال وغيرها....الخ. كما يمكن تصنيف التغطية إلى نوعين حسب وقت التغطية إلى:

**3/ تغطية حية على الهواء مباشرة:** وتمتاز بالصعوبة والتعقيد وتعتمد على التغطية الإلكترونية، وتعالج المواد المرسله مباشرة وأثناء بثها.

**4/ تغطية مسجلة:** وهي سهلة نوعا ما ويمكن التحكم ببساطة في محتوى المواد التي جمعتها وسجلت في أشرطة فيديو، ثم تخضع للمعالجة (مونتاج...الخ) في استوديوهات القناة.

**2.2 استكمال الخبر:** استكمال الخبر يقصد به جمع المعلومات والبيانات التي تستكمل الخبر، ويجب على مندوب الأخبار ألا يكتفي بالحصول على الخبر وإنما يجب أن يحاول أن يتتبع تفاصيله الدقيقة

ومن أكثر من مصدر لاستكمال معلومات الخبر وأبعاده، كما قد يكون استكمالاً لمعلومات لا بد منها لفهم الخبر وأبعاده. (75)

فهناك عدد كبير من الأحداث لا تتحول إلى أخبار تستحق النشر إلا إذا بذل المندوب الصحفي جهداً في استكمال البيانات والمعلومات الكافية، إن حدثت سيارة في الطريق العام أصيب سائقها بجرح بسيط عولج منه في الحال وذهب في حال طريقه لا يستحق التحول إلى خبر ينشر في التلفزيون، ولكن عندما يعمل المندوب على استكمال معلوماته عن الحادث ويكتشف أن ذلك السائق لم يكن سوى شخصية بارزة في الدولة فإن الحدث يجد طريقه إلى النشر، وإذا ما ذهب المندوب ليكشف أن تلك الشخصية البارزة يقود سيارته تحت تأثير الخمر، يفرض الخبر نفسه في العناوين الأولى من المنشورات الإخبارية.

**3.2 متابعة الخبر:** وتعني المتابعة الاهتمام بالتطور الذي وقع للخبر، فإذا نشرت القناة التلفزيونية خبراً عن وقوع كارثة طبيعية فهي مطالبة بعد ذلك بأن تقدم للمشاهدين في المواجهات والمواعيد الإخبارية اللاحقة تفاصيل أكبر من الخبر، ارتفاع حصيلة القتلى، الخسائر المادية، الأسباب التي جعلت حصيلة الضحايا بهذا الحجم، وغير ذلك من المعلومات التي تشبع فضول جمهورها من المشاهدين، وتتنافس القنوات التلفزيونية في نشر أكثر وأهم التفاصيل حول الأخبار المهمة، وكل تقاعس من طرف القناة التلفزيونية أو مندوبيها في متابعة تطورات الأخبار، بالتحليل والتفسير تدفع بمشاهديها إلى البحث عن قنوات أخرى لمتابعة تلك الأخبار.

**4.2 علاقة السياسة التحريرية للقناة التلفزيونية بالتغطية الإعلامية للخبر:** كما سبق وذكرنا في العناصر السابقة عن كيفية تأثير السياسة الإعلامية للقناة التلفزيونية في كيفية انتقاء وترتيب الأخبار، سنتطرق لعلاقتها أيضاً بنوع التغطية الإعلامية التي تعتمد في تغطيتها للأخبار فيما يلي: (76)

- ترتفع نسبة الأخبار التسجيلية في القنوات التلفزيونية الجادة بسبب اهتمام هذه الأخيرة بالأخبار الجادة والأخبار السياسية، في حين تنخفض هذه النسبة في القنوات الترفيهية، التي ترتفع بها نسبة الأخبار التمهيدية كونها - القنوات التلفزيونية - تهتم بالأخبار الخفيفة.
- تهتم القنوات التلفزيونية الجادة بماهية الخبر وموضوعه (ماذا؟) أكثر من اهتمامها بالشخصيات التي يدور حولها الخبر (من؟)، في حين تهتم القنوات التلفزيونية الترفيهية بالشخصيات التي يدور حولها الخبر (من؟) وبما تمثله في المجتمع.
- تلتزم القنوات التلفزيونية الجادة باستكمال الأخبار ومتابعتها، نظراً لالتزامها في السياسة الإعلامية بأن صدق الخبر أهم من تحقيق سبق الصحفي للمحافظة على مصداقيتها وثقة جمهورها، في حين تزيد نسبة الأخبار الناقصة في القنوات الترفيهية التي تهتم بالسبق

الصحفي على حساب التأكد من صدق الخبر، كون هذه القنوات التلفزيونية تعمل على الإثارة والاستعراض لتوسيع قاعدتها الجماهيرية، فلا تهمها استكمال المعلومات ولا متابعة تفاصيل الأخبار.

**5.2 تغطية الأخبار التلفزيونية في الدول النامية:** من خلال ملاحظة محتوى الأخبار الذي تبثه تلفزيونات الدول النامية والتلفزيونات العربية يمكن أن نسجل ما يلي:

- نشر وإذاعة تقارير عن تغطيات إعلامية للأخبار في المواعيد الإخبارية، دون ظهور مندوب الأخبار في مكان الحدث إلا في حالات قليلة. كون هذه الأخيرة لا ترى في تنقل المندوب فائدة كبيرة، من جهة وتقاس مندوبي الأخبار وعدم تعاملهم مع المواد الإخبارية والتغطيات الإعلامية بمهنية من جهة أخرى، حيث يتنقل طاقم التغطية الإخبارية من مصورين ومهندسين وتقنيين لوحدهم إلى مكان الحدث ويلتقطون صوراً عن الحدث في مكانه، ليضاف إليها التعليق بصوت المندوب في استوديوهات الأخبار بعد التركيب. وهو ما يؤثر سلباً على نوع الأخبار والمعلومات التي ينقلها بشكل سلبي.
- كما يلاحظ انخفاض نسبة التغطية الخبرية للأسئلة الخبرية الستة في تغطية تلفزيونات الدول النامية مقارنة مع التلفزيونات في الدول المتقدمة.
- كما يلاحظ انخفاض في نسبة استكمال الأخبار ومتابعتها في الدول النامية مقارنة مع مثيلاتها من المحطات التلفزيونية في الدول المتقدمة.

### 3. بناء نشرات أخبار التلفزيون:

تعرف نشرة الأخبار بأنها مجموعة من الأخبار المحلية والعالمية، وتتكون نشرة أخبار التلفزيون من مجموعة من القصص الإخبارية والتي أصبحت هي الشكل السائد للخدمات الإخبارية التلفزيونية، يتخللها مجموعة من الأخبار القصيرة والمتفرقة والتي لا يتم ترتيبها بشكل عشوائي بل يجري تقييمها وفق مكانتها وطريقة تسلسلها، ويعتبر تنسيق الأخبار وترتيبها داخل نشرة أخبار التلفزيون بمثابة المفتاح الذي يكسبها فعالية فائقة.<sup>(77)</sup>

وتحتوي النشرة على جميع القصص الإخبارية العالمية والمحلية، بالإضافة إلى جميع الأخبار القصيرة والهامة المتاحة، وللعرض الإخباري بنيان خاص يحدد موضع القصص الإخبارية من العرض والعلاقة بين جميع عناصره، هذا بالإضافة إلى أن للعرض الإخباري إيقاعاً محسوباً وأسلوباً وشخصية خاصة وكل هذا يساهم في الانطباع النهائي الذي يتشكل لدى المشاهد.

**1.3 عناصر نشرات الأخبار في التلفزيون:** تعرف نشرة الأخبار بأنها مجموعة من الأخبار من ثلاثة عناصر أساسية هي: قارئ النشرة ثم المواد الثابتة والأفلام. (78)

**1/ قارئ النشرة:** أو مقدم النشرة، أو المذيع: كلها تسميات تعني الشخص الذي يظهر في نشرة الأخبار يتحدث ويقدم الأخبار للجمهور، وينبغي وجود وجه مألوف على الساسة لأن ذلك يؤدي إلى خلق نوع من الألفة والارتباط بين المشاهد والبرنامج التي تساعد على خلق الثقة وقد عمدت بعض التلفزيونات في الدول الغربية أن يكون لكل نشرة ثلاثة مذيعين، يتولى الأول قراءة جميع الأخبار العامة، ويقوم الثاني بتقديم الأخبار الرياضية والثالث للأحوال الجوية، وهناك الكثير من المحطات التلفزيونية التي أصبحت تعتمد على تخصيص مذيع لكل نوع من الأخبار يقوم بقراءتها على المباشر، أي أن هناك فصل بين النشرات الإخبارية حتى في عملية التقديم.

**2/ المواد الثابتة:** نقصد بالمواد الثابتة الصور الفوتوغرافية الثابتة أو الرسوم البيانية أو الخرائط، غالبا ما توضع في أحد الركنين العلويين للشاشة كعامل مساعد للخبر، (مثل وضع صورة لرئيس الجمهورية أثناء الحديث عن رسالة له، أو صورة لخارطة تدل على مكان ما تعرض لهجوم إرهابي... الخ) ويتم وضع هذه المواد للإشارة إلى مضمون الخبر، وغالبا ما يتم وضعها كعنصر جمالي لإعطاء شكل أفضل للشاشة، وتلجأ معظم المحطات التلفزيونية إلى استخدام شرائح فيلمية تقوم الأقسام بإعدادها، وإذا لم يكن هناك شيء جاهز تظهر إلكترونيا على الشاشة الكلمات أو الجمل مثلما يظهر كل من قناة *CNN*، والجزيرة والعربية... الخ. وهي أكثر أشكال المواد الثابتة التي انتشر استخدامها منذ سنوات قليلة بشكل واسع. وهناك أربع طرق لعرض المواد الثابتة على الشاشة تتخلص فيما يلي: (79)

- أ. **السوبر:** وهو أبسط أنواع المواد الثابتة وهي كلمات تظهر إلكترونيا على للتعريف باسم الشخصية أو المكان أو غيرها من المعلومات المتصلة بالصورة التي تعرضها الشاشة.
- ب. **الكروما:** تظهر المواد الثابتة أحيانا خلف المذيع وهي تملأ الشاشة بحيث يبدو كأن صورة واحدة تجمعها والواقع ليس كذلك، لأنها تستخدم وسائل إلكترونية تجمع بين المذيع والمادة الثابتة في صورة واحدة، مثلما نلاحظه في نشرات الأحوال الجوية.
- ت. **العرض الخلفي:** إذا لم يكن التلفزيون مزودا بمعدات الكروما فيمكن استخدام شاشة عرض سينمائي صغيرة تعرض عليها المواد الثابتة أو الفيلمية بواسطة آلة عرض الشرائح، أو آلة عرض سينمائي توضع في الناحية المقابلة للشاشة التي يجلس أمامها المذيع، وهي طريقة قديمة وتقليدية ونادرة الاستخدام اليوم، ولكن تعبير العرض الخلفي قد يستخدم اليوم للدلالة إلى الكروما.

ث. الشاشة الكاملة: ويتم شغل الشاشة كلها أحيانا بمادة ثابتة قد تكون صورة لشخصية مهمة أو لحدث مهم، وقد تكون رسما بيانيا مثلا، أو صورة لموقع استراتيجي، ولكن يجب استخدام هذه الطريقة بحذر شديد وعدم اللجوء إليها إلا إذا كان للصورة قيمة إخبارية خاصة.

- الأفلام: وهي تمثل الأفلام المسجلة على شرائط سينمائية أو فيديو، وكانت الأفلام السينمائية حتى وقت قريب مستخدمة بكثرة، لكن تطور تكنولوجيا الفيديو سمح بإنتاج كميرا خفيفة الوزن بحيث يمكن لشخص واحد حملها وتشغيلها بسهولة، وهي تنتج صورا على درجة كبيرة من الجودة، ويتميز استخدام التصوير السينمائي بسهولة إجراء عمليات التركيب (مونتاج) إلا أن نسخ الفيلم على الفيديو يفقده جزءا من جودته، حيث تتوقف جودة الصورة إلى حد كبير على عرض الشريط كما هو. (80)

**2.3 المكونات الأساسية لنشرات الأخبار التلفزيونية:** تضم النشرة عادة كل ما يندرج تحت وصف أخبار، أي كل المعلومات المنتقاة بعناية كي يساهم تقديمها في تحقيق الهدف من نشرة الأخبار، لكن جرت الأعراف التلفزيونية على تقسيم هذه المعلومات المنتقاة إلى أجزاء، كي يسهل على المشاهد متابعتها واستيعابها، فهناك:

**1/ عناوين الأخبار:** تبدأ نشرات الأخبار في التلفزيون بعنوان العرض الإخباري مصور مصحوب بلحن موسيقي مميز يهدف إلى تمييزها عما عداها من الفقرات، كمحاولة لربط المشاهد وإثارة اهتمامه للإقبال على مشاهدة العرض الإخباري بما يضيفه من عنصر مشوق إليها، وجرت العادة في مجال العمل الإخباري التلفزيوني على تثبيت هذا اللحن المصحوب بالعنوان المصور المميز لنشرات الأخبار في تلفزيونات العالم<sup>(81)</sup>، ثم بعدها عناوين الأخبار في استعراض سريع جدا للمواضيع التي يعتدوا النشرة أنها رئيسية، أي تحظى بالاهتمام الأكبر لدى المشاهدين.

**2/ العرض الإخباري:** يتكون العرض الإخباري من بداية ووسط ونهاية، ولكل منها متطلباته ومميزاته الخاصة، وتلعب العناصر والقيم دورا هاما في بناء نشرات الأخبار، وتختلف وجهات النظر في ترتيب العرض الإخباري، ويرجع هذا بالطبع إلى مدى إحساس وتقدير القائم بالاتصال، ولكل نشرة إخبارية تلفزيونية قصة إخبارية هامة تنصدرها، وتعطي هذه القصة الخيرية أهمية خاصة للنشرة. وتتطلب كل قصة خبرية وحدة في بنائها تتبع في العادة تسلسلا من ثلاثة أجزاء الذروة، السبب ثم الأثر (مقدمة، عرض، خاتمة). وتترتب النشرة حسب أهمية أخبارها بمعنى أن تبدأ بالأخبار أو القصة الهامة وتعتبر مقدمة نشرة الأخبار أهم خبر مصور فيها. ويؤكد الباحثون على أن أهم القصص الإخبارية تحتل مقدمة نشرات الأخبار التي عادة ما تركز للأخبار الهامة، وغالبا ما تكون من الأخبار المحلية ذات الاهتمام المباشر للمشاهدين سواء كانت هذه القصص

الإخبارية سياسية أو اقتصادية ومعظمها يقع داخل المجتمع. وتتمثل الأخبار المحلية من حيث المدة في محطات التلفزيون العالمية أكثر من ثلثي الأخبار المصورة تقريباً<sup>(82)</sup>، فالمشاهد يهتم بالأخبار الأقرب فالأقرب وهكذا. ويتضمن العرض الإخباري تسلسل مجموعة المواضيع تترتب حسب الأهمية التي يراها معدّوا النشرات كما يلي:<sup>(83)</sup>

- الموضوع الرئيس أو القصة الرئيسة أو المقدمة: وهو الموضوع الذي يتصدر النشرة فور انتهاء العناوين وبداية فقرات النشرة.
- المواضيع الرئيسية الأخرى: وهي المواضيع الأخرى التي وردت في العناوين، وتختلف أشكالها الفنية كذلك حسب المادة المتاحة.
- باقي مواضيع النشرة: وهي أخبار يعتقد معدّوا النشرات أنها مهمة لكنها أقل أهمية لدى المشاهد من تلك الأخبار التي وردت ضمن العناوين، وقد يكون من بين هذه المواضيع موضوع إنساني أو ثقافي أو فني.
- اللقاءات الحية: وهي حوارات قصيرة مركزة يجريها مذيع النشرة على الهواء إما مع مراسلين (مندوبين، صحفيين يعملون في المحطة التلفزيونية) أو ضيوف آخرين، بهدف تقديم آخر الأخبار، وهو السبب الرئيسي لأن تكون على الهواء، أو تقديم توضيح (وليس تحليل) لتفاصيل الأخبار وتختلف أشكال هذه اللقاءات فنيا ما بين لقاءات عبر الهاتف (بالصوت مع جرافيكس)، إلى أخرى عبر الأقمار الصناعية (بالصوت والصورة)، إلى لقاءات في الاستوديو نفسه.
- اللقاءات المسجلة: وهي حوارات قصيرة ومركزة تمّ إجراؤها إما في نشرات سابقة ولا زالت تحتفظ بقيمتها المعلوماتية أو التوضيحية، أو تمّ إجراؤها في وقت سابق على النشر نتيجة تعذر إجرائها على الهواء لأسباب فنية أو لوجيستية.
- وقد ترتبط اللقاءات الحية أو المسجلة بموضوع ما، أي تأتي مكتملة له، وقد تمثل موضوعاً قائماً بذاته.
- النقل الحيّ ضمن النشرة: وهو نقل مخطط له، أي جاء مرتباً ضمن سياق النشرة، ولم يكن مفاجئاً لمعدّها، ولا تتعدى مدة النقل الحيّ ضمن النشرة عادة ثلاث دقائق، وغالبا ما يصاحبه لقاء حيّ مع مراسل ميداني (مندوب) أو ضيف في موقع الحدث. ومن أمثلة النقل الحيّ القصير المخطّط له، أن يعلم معدّ النشرة أنّ وقت النشرة يتقاطع مع وصول رئيس دولة في زيارة حسّاسة، أو بداية مسيرة حاشدة، فيقرّر أن يتعامل مع الموضوع كخبر ولكن باستخدام



المادّة الحيّة، ويعتمد الأمر على ظروف الخبر وملاسات إعداد النّشرة. ويفضل بعض معدّي الأخبار، تجميع الأخبار المتجانسة، مثل الأخبار العالمية في مجموعة، والأخبار السياسية في مجموعة أخرى، والأخبار الاقتصادية في مجموعة ثالثة إلى غير ذلك من أنواع الأخبار، بحيث تتجانس كل مجموعة في موضوعها، ومن أهمّ ما يميز به التلفزيون البريطاني بشبكته وكذلك التلفزيون الأمريكي بأنها تتناول قصة خبرية واحدة من زوايا متعددة ومن جهات نظر مختلفة، تجذب انتباه المشاهدين ذوي الميول والاتجاهات المختلفة.

- نهاية نشرات الأخبار أو الخاتمة:<sup>(84)</sup> تعتبر نهاية نشرات أخبار التلفزيون من اللحظات المهمة، حتى أنّ معدّي النّشرات الإخبارية في التلفزيونات العالمية يستغلون تلك اللحظات التي تستحوذ على الاهتمام الكبير للمشاهدين بأن يقدموا موجزا مصوّرا لأهم الأحداث التي تناولها العرض الإخباري قبل نهاية النّشرة، وتشير الأبحاث والدّراسات إلى أنّ الفقرات الرياضية تعد من أمتع الفقرات التي تقدّم في نهاية نشرات الأخبار لما تتميز به من الحركة والسرعة والحيوية، ولا ينبغي أن ينتهي العرض الإخباري أبدا بمأساة أو خبر محزن لما سيتركه هذا النوع من الأخبار من أثر لدى المشاهدين قد يصل حدّ امتناع العديد منهم عن متابعة نشرات الأخبار مجدّدا. ويفضل إنهاء العرض الإخباري بقصة خبرية مسلية عن الاهتمامات الإنسانية، التي تجذب انتباه المشاهدين وتشدّهم لمشاهدة العرض، وتقيم القصص الإخبارية من هذا النوع اتصالا عاطفيا سريعا مع جمهورها، ويعتبر عنصر الاهتمامات الإنسانية أحد العوامل الهامة التي يجب توافرها في الأخبار الجيدة، فهي العامل الذي يلعب دوره في تحقيق رضا المشاهدين وجذب انتباههم.

**3.3 تحرير النشرات الإخبارية:** على محرر نشرات الأخبار في التلفزيون أن يعرف جميع الأخبار التي ترد إلى المحطة التلفزيونية، ويطلّع على كل ما يرد عن الخبر أو الحدث بعينه لتمكينه من فحصه وصياغته بالطريقة التي تتناسب مع فلسفة وسياسة التلفزيون الذي يعمل من خلاله، واختيار الأفلام التي تتناسب مع كل خبر على حدة، ويستخدم التلفزيون في تحرير الأخبار الهرم المقلوب كطريقة غالبية في تحرير الأخبار، التي تشمل التركيز على أكثر عناصر الخبر أهمية، لتترتب في بداية الخبر ثم تليها العناصر الأخرى تبعا لأهميتها، وترجع أهمية هذه الطريقة في التلفزيون إلى عنصر الوقت الذي يقتضي التركيز على العناصر الأكثر أهمية وكذلك عامل مساعد للنص المكتوب وهو الصورة.<sup>(85)</sup>

ويختلف محور أخبار التلفزيون عن الوسائل الأخرى، كون الكتابة للتلفزيون تكون للعين والأذن، فالصورة تخاطب العاطفة والكلمات تجتذب العقل وبهذا التطابق يتحقق نجاح محرري الأخبار. وهناك عدة معايير ومبادئ أساسية تحكم عملية تحرير الخبر للتلفزيوني وهي:

- أن يتميز أسلوب الكتابة بالوضوح والبساطة وأن يعتمد على اللغة السريعة المباشرة والواقعية ويخاطب مشاهديه باللغة التي يفهمونها.
- الإشارة إلى مصدر الخبر مباشرة وخاصة إذا كان الخبر محليا، واختصار الأسماء بذكر ألقابها ووظائفها ما أمكن وإذا كانت أسماء أو أماكن مجهولة تنسب إلى الأماكن المشهورة القريبة منها.
- أن تشمل القصة الخبرية على مقدمة يجيب فيها المحرر على الأخوات الستة، أو بعضها على طريقة الهرم المقلوب، وإذا تضاربت الأنباء حول حدث معين فيجب الإشارة إلى ذلك.
- أن يعرف الشخص بذكر منصبه قبل اسمه.
- كما يراعى في الكتابة للصورة: الحرص على ملائمة الكلمات للصور، وعدم تكرار النص لما يمكن مشاهدته أو سماعه، وعدم اللجوء إلى التفاصيل التي لا يمكن للمشاهد رؤيتها أو سماعها بنفسه لأن ذلك قد يشتتته ويؤثر سلبا على تركيزه مع الخبر.

وتتخذ أشكال تحرير القصص الإخبارية ثلاثة أساليب<sup>(86)</sup>، الأسلوب الأول يعرف بأسلوب الذروة أو القمة، والأسلوب الثاني هو أسلوب الترتيب الزمني ويعرف الأسلوب الثالث بأسلوب التفسير، حيث يصلح الأسلوب الأول في عرض الأخبار الهامة في المقدمة التي تهدف إلى إعطاء المشاهدين كل الحقائق بسرعة، وهو ما يسمى بقلب الهرم المقلوب حيث تترتب الأخبار الهامة في المقدمة تليها الأقل أهمية، أما النوع الثاني المعروف بأسلوب الترتيب الزمني فيستخدم في القصص الإخبارية المثيرة لاهتمامات جمهور المشاهدين وبأخذ شكل الهرم المعتدل الذي يبدأ بمعلومة تجذب انتباه المشاهدين ثم يليها مقدمة مختصرة فجسم القصة الخبرية متضمنا موضوعها والنتيجة ونهاية القصة الخبرية في صورة درامية شيقة ومثيرة للاهتمام، أما الأسلوب الثالث فيجمع بين النمطين السابقين حيث يضع في المقدمة المعلومات الهامة تليها التفاصيل الأقل أهمية، ويستخدم هذا الأسلوب في تحرير القصص الإخبارية التي تتكون من مكونات وعناصر على مستوى واحد من الأهمية.

ويضيف بعض الباحثين أسلوبا رابعا يستخدم عندما لا يستطيع المحرر أن يعرف آخر التطورات إلا قبل إذاعة نشرات الأخبار بفترة قصيرة حيث يضطر المحرر لعدم الالتزام بالأشكال السابقة ويضع آخر التطورات الهامة في نهاية القصة الخبرية.

وفي كل هذه الأشكال يجب على المحررين مراعاة أن التلفزيون يعتمد في المقام الأول على القيم المرئية التي تتميز بقدرتها الفائقة على توليد العواطف ومخاطبتها والتأثير من خلالها على عكس وسائل الإعلام الأخرى.

وبهذا يتطلب إعداد أخبار التلفزيون وتحريرها موهبة واطلاعا ودراية كاملة بإمكانات التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية تعتمد على الصورة المرئية في المقام الأول في مخاطبة خليط من الفئات الجماهيرية المتباينة الأعمار والثقافة.

**4.3 فريق تحرير الأخبار التلفزيونية:** يتولى إعداد أخبار التلفزيون وإنتاجها فريق عمل متكامل لديه القدرة والموهبة، فإعداد الأخبار في التلفزيون أصعب صناعة وفنّ تتطلب الحس الفني والتدريب والتمرين والممارسة، إلى جانب الدراسة والمعاشية الكاملة للأحداث.

وتقع على هذا الجهاز (جهاز تحرير الأخبار) مسؤولية توصيل الأخبار إلى المشاهدين، وإنتاج الأخبار التلفزيونية هو حصيلة عمل جماعي مهمته تقديم خدمة إخبارية ترضي المشاهدين، الذين من حقهم أن يعرفوا ويناقشوا ما يجري حولهم من أحداث، ويجب أن تضم إدارة الأخبار شخصيات تعمل بكفاءة عالية، وتعمل بروح الفريق الواحد لخدمة جمهور المشاهدين، ويضم هذا الفريق مجموعة من الوظائف:

**1/ مندوب التلفزيون:** وهو المسؤول الأول عن القصة الإخبارية التي يقوم بتغطيتها سواء من حيث المعلومات المنضمة فيها أو طريقة تغطيتها أو التعليق المصاحب للصورة واللقطات أو التحرير، وهو الذي يحدد حجم التغطية وفقا لأهمية الخبر وفي إطار توجيهات مدير الأخبار ورئيس المندوبين.<sup>(87)</sup> لذلك لا بد أن يكون المندوبون على مستوى عال من الخبرة والكفاءة ومتخصصون في مختلف الشؤون السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها. كما يجب أن يتميز بالمظهر الحسن والموهبة وسرعة البديهة ودقة الملاحظة ومرونة الشخصية، والأمانة في نقل الوقائع والأخبار كلما أمكنه ذلك، والحكم على الأشياء بموضوعية والتفكير والحياد في نقل الصورة الإخبارية.

**2/ مصور الأخبار في التلفزيون:** يكمل عمل مصور الأخبار في التلفزيون عمل المندوب أو المراسل في كثير من الأحيان، فهو الذي يختار اللقطات التي تخدم الموضوع الذي يقوم بتغطيته، وعمله في الميدان شاق ومحفوف بالمخاطر كونه من يكون في المقدمة لتصوير اللحظات الحرجة. مصور الأخبار في الميدان يتلقى تعليماته من المندوب بشأن المشاهد التي يجب تصويرها، وعادة ما يكون هناك مساعد للإضاءة (تقني إضاءة) ومساعد للصوت ويسمى هؤلاء بفريق التصوير، والمصور مسؤول عن تكوين الصورة ووضع الكاميرا في المكان والمسافة المناسبة للالتقاط أو صنع صورة للعرض<sup>(88)</sup> مصور الأخبار في الاستوديو (أستوديو الأخبار) يتلقى تعليماته من المخرج الذي يحدد له طبيعة اللقطات التي يريدتها وزوايا التصوير، وهناك في العادة أكثر من مصور في أستوديو الأخبار.

ولابد أن يكون مصور الأخبار سريع الحركة ويتميز بقوة الملاحظة، ويعرف جيدا كيف يكيف تصوير القصة الخبرية في المدة الزمنية المحددة.

**3/ المحرر المسؤول:** هو الصحفي الذي يتولى تحديد أي الأحداث تغطي تلفزيونيا ومن ثم أي طاقم من المصورين والمندوبين سوف يعطيها، إذ يتولى بمساعدة المحررين الآخرين تحرير الجزء أو الكل من العرض الإخباري كذلك الوقت اللازم للتغطية فضلا عن ترجمة المواد الإخبارية التي ترد من مصادر أجنبية وكيفية توليفها والاشتراك في تنسيق وإعداد النشرات الإخبارية.<sup>(89)</sup> وعلى المحرر المسؤول ضرورة فهم القصة الخبرية واستيعابها بصورة واضحة وفهم أبعادها المختلفة قبل بداية الشروع في الكتابة لها حتى يستطيع أن يحررها بالطريقة المناسبة وبأسلوب سهل وبسيط يستطيع المشاهد أن يفهمه دون عناء.

**4/ المونتاج:** وهو عملية تعنى باختيار وترتيب اللقطات المصورة لخلق تأثير فني، يتم عن طريقها وضع المشاهد والصور والأصوات بشكل متجاوز لخلق تغييرات وتبديلات في الاهتمام والتركيز في الزمان والمكان، كما يخلق المونتاج التناقضات والارتباطات والإشارات الضمنية غير المباشرة بين الأشياء التي لا يوجد بينها في الواقع أي علاقة على الإطلاق.<sup>(90)</sup>

**5/ مدير الاستوديو:** مدير الاستوديو هو المسؤول عن تحضير الاستوديو للبت ومتابعة التجهيزات والديكور والإكسسوارات والإضاءة بحسب الجدول المقدم له من قسم الخدمات الإنتاجية<sup>(91)</sup> وتقع عليه مسؤولية حفظ النظام والهدوء، وإدارة العمل أثناء البث ونقل توجيهات المخرج وإبلاغها إلى عدد من التقنيين الذين لا يحملون سماعات دون إحداث أي جلبة.

**6/ مخرج الأخبار:** المخرج التلفزيوني هو الشخص الأول والأخير عن إخراج وتنفيذ نشرات الأخبار على الهواء<sup>(92)</sup>، لذلك وجب أن يتصف هذا المخرج بمجموعة من المواصفات العامة أهمها: القدرة على القيادة والحس الجمالي والذوق الفني والخيال الخلاق، واللباقة وضبط النفس والتوقع وفهم الأفكار والمعلومات وتوظيفها لخدمة البرنامج. ويعمل في غرفة المراقبة ويساعده المخرج الفني ومساعد المخرج ومازج الصوت، الذين ينقلون تعليماته إلى فريق العمل.

**7/ مساعد المخرج:** هو ضابط الاتصال بين الإنتاج والإخراج وهو المسؤول الفعلي عن كل ما يحدث في الاستوديو من تأخير أو خطأ، ويبدأ عمله من اللحظات الأولى التي يستلم فيها المخرج النص ويبدأ في تحضيره. ويجب أن يتحلى مساعد المخرج بروح المسؤولية وسرعة البديهة والسرعة في التنفيذ والمرونة في التعامل، وقوة الملاحظة والانتباه إلى أدق التفاصيل الصغيرة.

**8/ مسجل الصوت:** يوجد لكل أستوديو من أستوديوهات الإنتاج مسجل للصوت، يقوم بتسجيل صوت الأخبار المصاحبة للصورة. فبدون الصوت يفقد المشهد أو الصورة إحدى سماته، لذا لابد أن يكون الصوت ذو نقاوة عالية لا غموض فيه وأن تتوافق الصورة الصوتية من حيث مضمونها وأسلوبها مع الصورة المرئية في التلفزيون<sup>(93)</sup> وتساعد المؤثرات الصوتية في خلق الجو النفسي الملائم والربط بين

الفقرات، وتضفي الموسيقى على النشرة شكلا يميزها عن بقية البرامج الأخرى، إذ يستخدم لحن موسيقي أو معزوفة تستعملها في بداية ونهاية النشرة.

**9/ موزع الإضاءة:** تساهم الإضاءة في الحصول على صورة أفضل، وتلعب دورا مهما في نقل الصورة التلفزيونية من مواقعها، ويعمل موزع الإضاءة في أخبار التلفزيون على توفير الإضاءة اللازمة لإضاءة أجزاء المنظر جميعها وبشكل يجعل هذا المنظر يبدو واضح المعالم. ويتم التحكم في الإضاءة داخل الاستوديو التلفزيوني عن طريق التحكم في العناصر التالية:<sup>(94)</sup>

- اتجاه صدور الضوء.
- شدة الضوء (منخفضة أو مرتفعة).
- نوعية الضوء من حيث النعومة والشدة.

**10/ مذيع الأخبار:** هو قارئ العرض الإخباري، الذي يمهد للقصاص الإخبارية، ويقوم بالربط بين خبر وآخر، ويجب أن يكون مذيع الأخبار متخصصا ومهمته الأساسية إذاعة نشرات الأخبار على الهواء، وقد يجمع بين التعليق والتقديم الحي للأخبار، أو إجراء الحوارات وغالبا ما يكون ذو خبرة صحفية وله القدرة على تحرير الأخبار بنفسه. ولا يكفي أن يتمتع مذيع النشرة بالوسامة والصوت الجوهري بل يجب أن تتوفر فيه عدة متطلبات منها: أن يكون بارعا في البساطة وقراءة النص بأسلوب يوحي للمشاهدين أنه هو من أعدده، وأن يكون متزنا وواقفا والقدرة على التحكم في المواقف وسرعة البديهة والتصرف بهدوء عند حدوث أي خطأ غير متوقع.

**5.3 مراحل الإعداد لنشرة الأخبار التلفزيونية:** تمر رحلة نشرة الأخبار من جمعها لغاية وصولها ليد المذيع بالخطوات التالية:

**1/ الاجتماع التحريري:** تبدأ مراحل الإعداد لنشرة الأخبار باجتماع تحريري يتداول فيه الصحفيون القائمون على إعداد النشرة الأفكار عبر استعراض الأجنحة الإخبارية المعدة سلفا، وتحديد الأخبار التي سيتم تناولها في النشرة وترتيبها وتبويبها حسب الأهمية، كما يتداول الأخبار التي وردت عبر المصادر المختلفة حتى لحظة انعقاد الاجتماع.<sup>(95)</sup> ليتباحث أعضاء الفريق الإخباري في الاحتمالات الممكنة لتناول ما لديهم من أخبار، كما يتم تقسيم العمل بين الحاضرين وتكلي المراسلين بالمهام المنفك عليها خلال الاجتماع. يدون محضر الاجتماع الذي يمثل المرجع الأساسي لمنتج النشرة والمنظم الأول لأفكاره، والوقت الذي يستغرقه في كتابته تفصيليا، ثم تعديله كلما جدّ جديد، ويتضمن المحضر المواضيع الإخبارية الرئيسية والكيفية التي يتم الاتفاق على تناولها من خلالها، والتكاليفات التي أنفق عليها بشكل تفصيلي.<sup>(96)</sup>

**2/ متابعة سير العمل:** يمتلك المنتج الناجح الرؤية المتكاملة للموضوع الذي يريده والقدرة على شرح طريقة إنجاز تلك المهمة، وعادة ما يبدأ أعضاء الفريق في إنهاء المراحل الأولية التي يتم تكليفهم بها مع نهاية الساعة الأولى التالية لاجتماع التحرير، وعليه يجب متابعة عملهم داخل غرفة الأخبار، كما يجب متابعة سير العمل في الميدان عن طريق التواصل مع المندوبين (مراسلين أو موفدين) لتغطية الخارجية، ومتابعة وكالات الأنباء وما يرد منها من أخبار وبرقيات، ويتم جمعها وترتيبها ومراجعتها.

**3/ الإعداد التدريجي لمكونات النشرة:** وذلك عبر نقل المادة التي تمت مراجعتها وتم الانتهاء من إعدادها إلى مكان آخر (ورقة أخرى) والتفكير في اللقاءات الحية لتغطية نقص المعلومات وتوضيح جوانب المواضيع الإخبارية.

**4/ الإعداد النهائي للنشرة:** وذلك بالبداية في ترتيب المواضيع والتأكد من الانتهاء من إعداد التقارير، والتأكد من وصول التقارير الواردة من المندوبين، ثم يلي ذلك اتخاذ القرار النهائي بشأن العناوين وكتابتها وإخضاعها لعملية المونتاج. ولا يفضل أن تزيد العناوين عن ثلاثة، ويجب أن لا يزيد طول العنوان الواحد عن 5 ثوان أي 10 كلمات.<sup>(97)</sup>

**5/ الاجتماع التحضيري للنشرة:** هو اجتماع سريع ومختصر يضم فريق النشرة والمنتج والمشرف على الاتفاق مع ضيوف المقابلات، وأحيانا يحضره رئيس التحرير، يهدف هذا الاجتماع للتأكد من وحدة الرؤية والهدف من المقابلات، والترتيب لأي نقل حي محتمل ووضع مذيع النشرة في صورة الأهداف، وترتيب مواد النشرة بعد أن استكمل الإعداد، حيث ترتب مواد النشرة ومواضيعها حسب الأهمية والأهداف المراد تحقيقها من النشرة. حيث يمكن جمع المواد الإخبارية حسب المواضيع التي تتناولها في مجموعات مثلا: مواضيع اجتماعية (سكنات، خدمات، تعليم... إلخ)، مواضيع اقتصادية، مواضيع رياضية ومواضيع ثقافية... إلخ. وترتب هذه المواضيع وفق سياسة ورؤية المحطة التلفزيونية ورؤية القائمين عليها، وأصحاب رؤوس الأموال وتوجهاتهم.

فإذا كانت المؤسسة تابعة للدولة (عمومية) فيفرض منطق السلطة نفسه كمنطق لترتيب مواد النشرة، فتأتي الأخبار حسب أهمية الرتبة في الترتيب السلمي للسلطات في الدولة.

وإذا كانت المحطة أو القناة خاصة، فترتيب المواد سيكون حتما بطريقة تخدم توجهات أصحابها إيديولوجية كانت أم اقتصادية. لكن المنطق المتعارف عليه دوليا هو ترتيب مواد النشرة حسب ترتيب أهمية الأخبار بالنسبة للمشاهد. أي أنه كلما كان الخبر أكثر تأثيرا في الحياة اليومية للمشاهدة كلما احتل موقعا أعلى في ترتيب الأخبار.

ويترتب الخبر الذي له بعد دولي الموقع الأول ثم تأتي بعده الأخبار ذات الطابع الإنساني، وإذا حدث وتقاربت مزايا خبرين يقتربان في الأهمية وجب الاحتكام إلى ثلاث أمور رأي أغلبية فريق الأخبار، والاعتبارات العملية واعتبارات الصورة.

ويساعد الترتيب الجيد لمواد النشرة الإخبارية على عرض موضوعاتها الخيرية بوضوح، الأمر الذي يمكن برنامج الأخبار من تحقيق أهدافه في جذب انتباه المشاهدين، والمحافظة عليه طول فترة الإرسال التي تستغرق حوالي 25 أو 30 دقيقة.<sup>(98)</sup> ويعقد الاجتماع التحضيري عادة في النصف ساعة الأخيرة أو ربع ساعة أو عشرة دقائق على الأكثر قبل وقت إذاعة النشرة، ويأتي هذا الاجتماع متأخراً حتى يعالج كل طارئ في النشرة.<sup>(99)</sup>

**6/ اللمسات الأخيرة:** وهي مرحلة التقييم والتأكد من جاهزية العناوين، والمواضيع الرئيسية ومدى جاهزية الاستوديو، واستعداد فريق النشرة، وصلاحية الاتصالات الهاتفية والاتصالات عبر الأقمار الصناعية واستعداد الضيوف إن وجدوا وقراءة مواد النشرة، كل هذا لتجنب المفاجآت غير المرغوب فيها التي قد تطرأ وقت بث النشرة على الهواء مباشرة.

**7/ إدارة النشرة الإخبارية على الهواء:** يجب تجربة العناوين والخبر الأول خمس دقائق على الأقل قبل بداية النشرة بصوت المذيع، ويجب الانتباه إلى صلاحية الصور للبت ومدى توافق ترتيبها مع الترتيب الذي وضع للأخبار، كما يجب الانتباه للخبر التالي والذي يليه قبل الانتهاء من الخبر الذي يذاع، حتى يمكن إصلاح أي خلل إن طرأ. مع الحرص على مراقبة توقيت النشرة ومقارنة ما تم تقديمه مع ما تبقى من مواد إخبارية. فيجب على فريق النشرة أن يكون يقظاً ومستعداً لأي طارئ مهما كان نوعه (خلل تقني، خطأ في ترتيب المواد، أو خبر عاجل يحتم قطع الإرسال وبثه حياً ومباشراً).

**6.3 غرفة الأخبار:** هي المجمع الذي تصب فيه الأخبار من مصادرها المختلفة، سواء المحلية أو العالمية أو الإقليمية، المكتوبة أو المرئية أو المسموعة، لتُدار عبر أحد النظم الإلكترونية مما يمكن فريق التحرير من مراجعة وترتيب وتحرير الأخبار، ثم بثها أو نشرها بشكل ميسر ودقيق وسريع.<sup>(100)</sup> ويعرفها قاموس *The American Heritage Dictionary*: بأنها غرفة بالصحيفة أو الإذاعة أو التلفزيون، حيث تكتب القصص الإخبارية وتحرر وتعد للبت أو النشر.<sup>(101)</sup> فهي المكان الذي تعد فيه الأخبار للنشر والبت. يطلق عليها في الصحافة المكتوبة "صالة للتحرير" ولكنها لم تظهر في الإذاعة والتلفزيون إلا مع بداية التسعينات وذلك لعدة أسباب منها:

- التدفق الهائل للأخبار وتعدد مصادر المعلومات وظهور الحاجة لتنظيم وترتيب هذه المصادر ونشرها.

- تزايد المنافسة بين المؤسسات التلفزيونية والإذاعية وذلك للفوز بالسبق الصحفي.

- انتشار تكنولوجيا الحاسب الآلي وتطبيقاته بعد انخفاض كلفته.

- تزايد أهمية المادة الإخبارية بعد اتساع استخدام الأقمار الصناعية.

وتتكون غرف الأخبار في التلفزيون من عدة أقسام توزع كما يلي:<sup>(102)</sup>

**1/ الأقسام الهندسية والتقنية: وتضم:**

- أ. **القسم الهندسي:** وهو المسؤول عن عمليات الصيانة والتشغيل والتطوير، ويشمل أنظمة الكمبيوتر التي تضم المصادر المختلفة للأخبار وأجهزة تشغيلها فضلا عن تشغيل الأستوديو ووحدات المونتاج الملحقة به.
- ب. **القسم التقني:** ويضم وحدة أستوديو، وحدة مونتاج، وحدة الرسوم والجرافيك وفنييهم.

**2/ الأقسام التجريبية والفنية المساعدة: وتتكون من:**

- أ. قسم المحررين والمترجمين.
- ب. قسم متابعي مصادر الأخبار المصورة والمسموعة.
- ت. قسم الإخراج والتصوير.
- ث. قسم الجرافيك والتصوير الفني.
- ج. قسم النسخ.
- ح. قسم السكرتارية.
- خ. قسم المراسلين والأقمار الصناعية.
- د. قسم المندوبين والأخبار المحلية.

4. **أنواع نشرات الأخبار في التلفزيون:** يمكن تقسيم نشرات الأخبار إلى قسمين من حيث الزمن الذي تستغرقه، ومن حيث المواضيع التي تعالجها والجمهور التي تستهدفها من خلال هذه المواضيع من جهة أخرى. (103)

**1.4 من حيث الزمن:**

1/ **نشرة عامة:** وهي النشرة الرئيسية الموجهة إلى جميع أفراد وفئات المجتمع، تتضمن أهم الأحداث الوطنية والعالمية وتحتوي على تفاصيل مهمة عن محتوى أهم أخبار النشرة، وتستغرق الحد الأقصى من الوقت من نصف ساعة إلى ساعة في الحالات الاستثنائية، وتتخذ مواعيد محددة وثابتة على خريطة برامج التلفزيون.

2/ **موجز الأخبار:** وهو عبارة عن نشرة مصغرة يركز على مضامين أهم الأخبار مع ترك تفاصيل النشرة العامة، ويذاع في أوقات محددة بين الأوقات المخصصة للنشرات العامة في الأحوال العادية.

**2.4 من حيث الجمهور المستهدف والمواضيع المعالجة:**

- 1/ **النشرة العامة:** وهي موجهة إلى الجمهور العام بما تحمله من أحداث داخلية وخارجية.
- 2/ **النشرة المحلية:** وهي تقدم أخبار المنطقة التي يغطيها البث سواء كان قطرا أو محافظة أو مدينة، وترتكز على الأخبار الداخلية التي تقدم محليات الوطن.



**3/ النشرات النوعية أو النشرات المتخصصة:** وهي التي توجه لقطاعات معينة من الجمهور العام، تعالج نوعا واحدا فقط من الأخبار كالاقتصاد والرياضة أو الثقافة والمجتمع، والأحوال الجوية والصحة والقانون والمعلوماتية والبيئة وغيرها من النشرات المتخصصة.

**4/ نشرات الفئات:** وتوجه لشرائح أو فئات اجتماعية محددة لتقدم لهم الأحداث والوقائع التي تهمهم في حياتهم اليومية مثل الطلبة والفلاحين.

**5/ مجلة الأخبار:** وهي عرض للأخبار التلفزيونية يعاد فيه محتواها مع تطعيمه بمادة جديدة في بعض الأحيان.

**6/ معرض الصحافة:** وهو عرض إخباري تلفزيوني لمختلف وأهم الأخبار التي تناولتها الصحف العالمية والوطنية في ذلك اليوم، مع التركيز على أهم العناوين التي تناولتها الصحف بأسلوب مختصر وموجز مع التعليق على كل خبر بأسلوب إعلامي.

**7/ نشرة الأخبار المصورة:** هي نشرة أخبار تلفزيونية تتضمن عرضا مصورا للأحداث التي تناولتها النشرة.

### 5. أنواع الأخبار في نشرات الأخبار التلفزيونية:

لا يكفي التلفزيون بسرد الأحداث والوقائع وحقائقها، بل يعتمد على نشر الوقائع والأحداث والتعليق عليها حتى يتمكن الجمهور من الإحاطة بها، واستيعابها وإدراكها، لهذا فهو بحاجة إلى برامج مكملة للأخبار، تفسر الأحداث والوقائع للمعاونة على فهم الأخبار واستيعاب أبعادها من خلال شرح الأخبار، أو تبسيطها، أو تفسيرها، أو الكشف عن أسبابها وإيضاحها، لذلك أخذ التلفزيون بمبدأ تقديم نشرات الأخبار ومواجيز للأخبار ضمن فترات زمنية، مع تعزيزها بتقديم برامج إخبارية تستقل عن النشرات والمواجيز. ومن الأشكال الإخبارية في التلفزيون:

**1.5 شريط الأخبار:** يعد الشريط الإخباري *News Bar* خدمة إخبارية مستحدثة منذ حرب الخليج الثانية 1990، وكانت شبكة *CNN* شبكة الأخبار الأمريكية سباقة في هذه الخدمة تبعتها المحطات الإخبارية المتخصصة والمحيطات العامة سواء كانت عربية أو أجنبية في تقديم هذه الخدمة للمشاهد حتى أصبح الشريط الإخباري منتجا أساسيا في الخدمة الإخبارية اليومية في معظم القنوات الأرضية والإخبارية. (104) ويتضمن إعداد وبتش شريط الأخبار: الانتقاء والتحرير وإخراج المادة الإخبارية، وإعادة إنتاجها على الشاشة. (105) إن أهم ما يميز هذه الخدمة أنها سريعة ويمكن أن تحقق سبق في ملاحظة الأخبار وتوصيلها بكل تطوراتها لحظة بلحظة للمشاهد بفارق زمني ملحوظ قبل القطع على الهواء وتقديم أهم الأنباء، فخدمة الخبر العاجل التي يوفرها الشريط الإخباري أضحت وسيلة أسهل وأسرع في التنافس بين التلفزيونات عبر العالم. ولكن يحتاج هذا النوع من التغطية الإخبارية إلى شروط لتحقيق أهدافه وهي:

- اليقظة لتحقيق السرعة المطلوبة في ملاحقة الأخبار.
- الصياغة اللغوية والنحوية المختصرة.
- امتلاك مهارة التعبير، وذلك من خلال صياغة الأخبار بأقل عدد من الكلمات ويجب أن تكون الجمل اسمية وليست فعلية وأن تكون الأفعال في زمن المضارع وليس الماضي.
- كما أن برنامج الشريط الأخبار *Soft Ware* لا يسمح إلا بعدد معين من الكلمات لا يتجاوز 12 كلمة. (106)

**2.5 المقابلة الإخبارية:** هناك نوعان من المقابلات وهما: المقابلة الإخبارية والمقابلة الخاصة التي تعنى بالقضايا الشخصية وأهدافها تختلف عن المقابلة الإخبارية. فالمقابلة الإخبارية هي المقابلة التي يبحث فيها المندوب عن إجابة مختصرة تتكون من سؤال أو سؤالين (107) على علاقة بحدث معين، قد تعد المقابلة الإخبارية في مكان الحدث، كما يمكن أن تعد مسبقاً، والمقابلة الإخبارية المثالية هي التي تكون في مكان الحدث وتتحدث مع شهود عيان. تتميز المقابلة الإخبارية عن المقابلات الخاصة بطبيعة أسئلتها الأقرب إلى الأسئلة الاستخباراتية (ماذا؟ كم؟ متى؟ أين)، وهناك أسئلة استيضاحية (لماذا؟، لأي غرض؟ بماذا تعلق؟... الخ) وأسئلة تهدف لكشف مادة طريفة (كيف علمت لأول مرة؟ ماذا كان رد فعلك؟... الخ). (108) وتعتمد المقابلات الإخبارية على قدرة المندوب في توجيه الأسئلة وحبه الشخصي للاستطلاع وذكائه وأحاسيسه بماهية الأخبار.

**3.5 التقرير الإخباري:** هو نوع إخباري بحت، يتمثل هدفه في تقديم المعلومات الأساسية عن حدث يهم المشاهد، يملك التقرير الإخباري القدرة على تقديم الأحاديث الحية وخلق اللوحات السمعية البصرية، والتقرير الإخباري هو مجموعة من الوقائع والمجريات تدور حول حدث للإطلاع على المزيد من تفاصيله في الموقع، والتوسع في حيثياته، ويختلف التقرير عن الخبر في كون الخبر يعطي الحقيقة مجردة، أما التقرير يفسر ما وراء الخبر.

ويتناول التقرير الإخباري مواضيع عدة منها: السياسية، الاقتصادية، الزراعية،... الخ ويمكنه أن يكون تغطية لأحداث عسكرية، رياضية وأنشطة علمية، أدبية أو اجتماعية، ويتميز التقرير الإخباري بمجموعة من الخصائص نذكر منها: (109)

- يلتزم التقرير بالأنية حيث يواكب الحدث مباشرة، ويتمتع بالحيوية والمصدقية لكونه يعدو ينطلق من مكان الحدث، كما يتضمن التقرير أنواعاً إعلامية أخرى مثل المقابلة، اللقاء.

- يمتاز التقرير بالموضوعية في نقل الحدث، حيث يعرض تفاصيل الحدث من جوانب متعددة، ويحقق نوعا كبيرا من المشاركة في إشكالية الحدث إذ يدفع المتلقي إلى معايشة تفاصيله كما يعطي الجمهور معرفة في مجالات الحياة عامة ويبسط جوانبها المعقدة وصعبة الفهم.

- يمتاز بالمرونة الكبيرة مما يجعله قابلا يتأقلم مع التقدم التقني السريع.

وينقسم التقرير الإخباري المستخدم في نشرة الأخبار التلفزيونية إلى قسمين:

- **التقرير الإخباري:** يقوم هذا النوع بعرض وشرح وتفسير بعض الزوايا أو الجوانب من الأخبار، وتقديم بيانات أو معلومات عنها لا يعطيها الخبر، ولا يخوض في تفاصيلها، أو تقديم الخلفية التاريخية للحدث الذي يتناوله والتي من شأنها إيضاح الجوانب الغامضة منه.<sup>(110)</sup>
- **التقرير الحي:** يركّز على التصوير الحي للوقائع أكثر من التركيز على شرحها فهو يتناول الأحداث الجارية، لكنه يركز على وصف الحدث نفسه وصفا دقيقا، دون تحليل المعلومات والبيانات الخاصة به.<sup>(111)</sup> على أنّ هذا التقسيم يقوم على مضمون التقرير ولكن بالنسبة لطرق إلقاءه في النشرة الإخبارية، فيمكن أن نعدّد أربعة أساليب:

✓ إلقاء التقارير على الهواء مباشرة.

✓ تسجيلها في الاستوديو وإلقائها على الهواء، في وقتها المحدد وتقدم كاملة من بدايتها إلى نهايتها في عرض واحد دون انقطاع.

✓ تسجيل فيلمها في الاستوديو وفي مواقع الأحداث ثم إجراء عملية الربط بواسطة المونتاج.

✓ إلقاؤها على الهواء مباشرة مع السماح بمقاطعة التقرير في حالات وجود خبر عاجل أو استفسار، ثم العودة إلى تقديم باقي التقرير كما يحدث في محطة CNN .

**4.5 الريبورتاج:** نوع شخصي يبنى على تقاليد وقوانين، وهو ليس بالنوع الصحفي الصافي (الخالص)، بل هو نقطة الالتقاء بين العناصر الأدبية والصحفية. ويعرفه José De Brouker من خلال مقارنته بالتقرير الصحفي فيقول: "التقرير ينقل المعلومات، أمّا الريبورتاج فيحكّيها، والتقرير يقدم معرفة مكتسبة، أمّا الريبورتاج فيقدم تجربة معاشة".<sup>(112)</sup> والريبورتاج هو مراقبة عمليات وتطورات الواقع من أصلها ومنشئها وتكوينها وتطوراتها، بحيث تحمل الكاميرا إلى المشاهدين صورة الحاضر وتخلق فيهم الإحساس بالمشاركة، يولد هذا الإحساس (الريبورتاج التلفزيوني)، تأثيرا قويا لا تستطيع أي وسيلة إعلام جماهيرية أخرى تحقيقه، وهو الذي نسميه قوة تأثير الحضور أو المشاركة.<sup>(113)</sup> ومن الريبورتاجات المبسطة، القصة الإخبارية المباشرة بما يتخللها من أخبار وآراء

وكذلك رسائل المراسلين حول أحداث معينة.<sup>(114)</sup> ويمكن تقسيم الريبورتاج في التلفزيون إلى نوعين:<sup>(115)</sup>

- **الريبورتاج الحي:** وهو الريبورتاج الذي يطلق عليه المحترفون تغطية، ويدور حول حدث آني، يقدم المعلومات ذات الطابع الإخباري، ويكون حضور الصحفي واضحا في الصورة التي تغطي الحدث، باعتباره الشخصية الأساسية والمركزية.
- **الريبورتاج الموضوعاتي:** وهو الذي يدور حول القضايا والأحداث غير الآتية، ولا يلتزم بتقديم أخبار ومعطيات مرتبطة بحدث بعينه، بل ينطلق منها لرصد نبضات المجتمع وتقديم السلوك الإنساني.

**5.5 التحليل الإخباري:** التحليل الإخباري هو رد فعل إعلامي فوري على حدث آني يبدي المحرر رأيا ساخنا في موضوعه ويحلل معطياته تحليلا أوليا، مستعينا بأحداث هيئت له وحددت مساره. ويتصف التحليل الإخباري بأنه محاولة لإعطاء تفسير أولي للمعنى الذي تحمله الوقائع وهو نوع إعلامي فعال يملك القدرة على التواصل مع المتلقي ودفعه إلى تبني موقف أو تحديد اتجاه ينسجم مع مفهوم القائم بالاتصال للحدث، ويعتمد على عدد كبير من المعلومات حول الحدث، معلومات قد لا تحملها التقارير الإخبارية السابقة عنه، ويعتمد على الدقة ويعالج الخبر بموضوعية مستندا إلى أسس عقلانية بعيدا عن العوامل العاطفية.

والتحليل الإخباري مادة إعلامية سريعة التلف لذلك وجب أن يتحلى بالآنية المطلقة في الطرح، ويتميز بقلّة اعتماده على عوامل الصورة واللون والحركة، فهو يؤثر بالدرجة الأولى بالكلمات، لذلك قليلا ما ترافق بث تحليل إخباري في التلفزيون صورا أو مشاهد حية، إذ يتم التركيز على المحلل والكلام الذي يقوله ويصنع المراسل تحليله من موقع الحدث. وغالبا لا يتجاوز التحليل الإخباري في التلفزيون الثلاث دقائق.

**6.5 التعليق الإخباري:** التعليق الإخباري هو مجموعة أطروحات نقدية ووجهات نظر تدور حول جوانب من الخبر، أو حدث معين أو أحداث مترابطة، أو وجه أو أكثر من أوجه قضية أو مسألة أو ظاهرة تعطي الموضوع المطروح توضيحا وتفسيرا وخلفية تضيء عليه مغزى يتناغم والاتجاه العام للوسيلة.<sup>(116)</sup>

يتصف التعليق الإخباري بالآنية ويعتبر ركيزة أساسية من ركائز التحرير الإعلامي فهو موجود أينما وجد الحدث فهو يهتم بشرح مسببات الحدث ودوافع تشكله بصورة معينة دون أخرى، ويبحث في الإجابة عن السؤال لماذا حدث؟ ملفتا الانتباه إلى أحداث مهمة تحتاج إلى المزيد من الفهم، إذ تمر الأخبار عليها مرورا سريعا، أو تشير إليها التقارير إشارة خاطفة أو تتناول التحاليل بعجالة.

ويكشف التعليق الإخباري عن روابط كاملة قائمة بين أحداث يومية لا توجد ظاهريا صلة فيما بينها، ويحاول تفسير ما هي هذه الروابط وتوضيح وشرح مدى تأثيرها.

يمارس التعليق الإخباري الحوار والنقاش والنقد والجدل، ويتسم بالموضوعية إذ يعالج الوقائع والأخبار مستندا إلى مصادر إعلامية وغير إعلامية تحقق له مصداقيته. لا ينتقل محرر التعليق عادة إلى مكان الحدث وإنما يضع مادته استنادا إلى معلومات ترده من جهات قد تكون إعلامية أو غير إعلامية.<sup>(117)</sup>

**7.5 المقابلة التلفزيونية:** هو نوع من المقابلات يستخدم في نشرات الأخبار في التلفزيون وقصصها الإخبارية، يبحث المندوب أو المقدم عبرها عن إجابة مختصرة ومركزة في الصميم على سؤال أو سؤالين محددين لهما صلة بواقعة معينة، ويمكن أن تتعد المقابلات الإخبارية في موقع الحدث أو المناسبة القائمة، كما يمكن أن تكون في الاستوديو مباشرة أو عن طريق ربط الاتصال بالأقمار الصناعية. والمقابلة المثالية في هذا الشأن هي التي تكون في موقع الحدث، وتحدث هنا مع شهود عيان أو أفراد شهدوا الحدث.

**8.5 التحقيق التلفزيوني:** التحقيق التلفزيوني كنوع صحفي لا يهدف إلى تقديم أخبار أو معلومات عن الوضعية أو المشكل، ولا يهدف إلى وصفها بنوع من التأنى والتفصيل، وإن فعل ذلك فيصهره في إطار نظرة متماسكة ومتكاملة تصبّ في اتجاه طرح المشكل قصد الدراسة والتحليل، ليجيب عن سؤال مركزي واحد وهو لماذا؟<sup>(118)</sup>

يقسم التحقيق الصحفي إلى تحقيق قصير، وتحقيق طويل، ويعتبر التحقيق القصير هو أنسب أنواع التحقيقات للاستخدام في النشرات الإخبارية، كونه يناسب إيقاعها السريع.

وفي الممارسة المهنية لوسائل الإعلام في الجزائر تعودت إطلاق اسم التحقيق الصحفي على المادة الإخبارية المطولة التي يتكون حدثها من وقائع عديدة ومعلومات كثيرة أما الريبورتاج فيطلق على المادة التي تكون أقصر من ذلك، لكن في الحقيقة فالتحقيق يتعمق أكثر من الريبورتاج في جمع المعلومات والتحليل والخروج باستنتاجات عن موضوع التحقيق، كما أن التحقيق التلفزيوني يتناول من حيث الموضوع مشكلة أو قضية هامة من قضايا المجتمع، ويحلها ويفسرها بطابع البحث والدراسة للخروج منها بنتائج كالدراسات العلمية. في حين الريبورتاج فيكتفي بوصف الشخصيات والعلاقات الإنسانية المرتبطة بالحدث.

## 6. جمهور الأخبار:

ترتكز العملية الإخبارية أساسا على أربع عناصر أساسية هي المرسل الذي يقوم بتوجيه عنصر الرسالة عن طريق الوسيلة الإعلامية إلى المتلقي وهو ما يعرف بالجمهور، بالإضافة إلى عنصر رجع الصدى الذي تكون فيه العملية الاتصالية، حيث تتعكس فيه العملية الإعلامية فيصبح المتلقي مرسلا ويصبح المرسل متلقيا، فالجمهور هو ذلك المتلقي الذي يتفاعل مع رسالة إعلامية تحتوي على أهداف سياسية أو اقتصادية أو أيديولوجية، وقد خضع في تشكيله كمصطلح إلى مرحلتين مهمتين:<sup>(119)</sup>

**1.6 مرحلة ما قبل ظهور وسائل الإعلام:** في هذه المرحلة كان يعني العدد من الناس الذين يقبلون على عرض دراسي أو استعراضي وكان هذا الجمهور يتصف بعدة خصائص، فجميع أفرادهم معروفين ومحددون في الزمان والمكان وكان تجميعهم لتشكيل جمهور بحكم العادة، ويتخذون في أماكن العرض مساحات أو أماكن معينة وفقا للمراتب الاجتماعية تشرف على تنظيمه سلطة دينية أو روحية أو إدارية أضفت على الجمهور طابع مؤسسة تفرض سلوكيات جماعية معينة.

**2.6 مرحلة ظهور وسائل الإعلام:** وتنقسم هذه المرحلة بدورها إلى أربع مراحل:

**1/ المرحلة الأولى:** والتي ميزها ظهور الطباعة وانتشار النشريات والكتب على نطاق واسع، مس طبقات جديدة في المجتمع على اختلافها، وهو ما ساعد على تكوين مفهوم أولي للجمهور العام كفكره الذي يربط بين عدد غير محدود من الناس يوجدون ضمن السكان ويختلفون عن عامة الناس تبعا لاهتماماتهم الفكرية واهتمامات السياسية ومعتقداتهم الدينية.

**2/ المرحلة الثانية:** وهو ما أنتجته الثورة الصناعية في دفع قوي للطباعة ما أسهم في تنمية الصحافة والصحافة الشعبية الموجهة إلى أفراد المجتمعات الجماهيرية، فهذه المرحلة بدأت الصحافة تتخذ شكلها الجماهيري الذي لا يزال يلزم وسائل الإعلام والاتصال إلى الوقت الراهن مع بعض التعديلات الشكلية.

**3/ المرحلة الثالثة:** ظهور وسائل الإعلام الإلكترونية التي تساهم في تشكيل مفهوم الجمهور ورسم معالمه الحديثة، حيث أصبح الجمهور غير محدد في المكان، حيث باعد البث الإذاعي والتلفزيوني بين أفراد الجمهور ووسع من نطاق تواجدهم من جهته، وباعد بينهم وبين القائم بالاتصال فظهر شكلان من أشكال الجمهور المستمعين والمشاهدين.

**4/ المرحلة الرابعة:** حيث انعكس تطبيق الأفكار الديمقراطية في أنظمة الحكم على وظائف ومهام وسائل الإعلام وعلى الرقابة السياسية والاجتماعية ومبادئ الوصول إليها والمشاركة فيها كما انعكس على وعي المجتمع تدل على أهمية الإعلام ودوره في الحياة السياسية والاقتصادية والثقافية، فلم يعد الجمهور مجرد قارئ أو مستمع أو مشاهد سلبي بل أصبح يتضمن ناخبين ومستهلكين للسلع.... إلخ يتأثر ويؤثر في محتوى وسائل الإعلام.

**3.6 أنواع الجمهور:**

**1/ الجمهور العام:** وهو الأكثر حجما من التجمعات الأخرى، أعضائه متباعدين في المكان وأحيانا في الزمان ولكنه ذو ديمومة أكثر يتشكل حول قضية مشتركة من الناحية العامة هدفه تكوين اهتمام أو رأي عام حول قضية ما.

**2/ الجمهور الخاص:** هو الجمهور الذي يجمع أفرادهم بعض الاهتمامات أو الحاجات أو الاتجاهات المشتركة التي تميز عضويتهم في هذا الجمهور، ويصبح بعد ذلك من واجب وسائل الإعلام استشارة هذا الاهتمام وتدعيمه وتلبية حاجاته بحيث يمكن أن تحتفظ بهذا الجمهور الذي يندمج

أعضاءه في التركيز الجمعي، وهو ما يبرر اختيار وسائل الإعلام للموضوع الشائع بين هذا الجمهور الذي نتخذه مدخلا لتنظيم الاهتمامات وتكييفها.

3/ الجمهور المفترض: هو مجموع السكان المستعدين لاستقبال عرض وحدة اتصال، أي يمتلكون الوسائل المادية والتقنية التي تمكنهم من استقبال الرسائل الإعلامية لوسيلة معينة، (من يملكون أجهزة استقبال التلفزيون، جمهور مفترض لهذه الوسيلة).

4/ الجمهور الفعلي: وهو مجموع الأفراد الذين استقبلوا فعلا المادة الإعلامية.

5/ الجمهور المعترض: وهو جزء من الجمهور الفعلي الذي يتلقى الرسالة الإعلامية بصرف النظر عن إدارتها وعن الموقف الذي تتخذه.

**4.6 دراسات الجمهور:** برزت الحاجة إلى دراسة جمهور وسائل الإعلام في النصف الثاني من القرن العشرين، بعد التقدم الهائل في الدراسات المتعلقة بنظام ومصادر الرسائل الإعلامية ومضامينها ووسائل الإعلام والآثار التي قد تحدثها في سلوكيات الجمهور.

ولم تكن دراسة دور الجمهور في العملية الاتصالية بتلك السهولة، فقد تعددت النظرات وتعارضت في نظرتها لأركان العملية الاتصالية، والدور الذي يمارسه كل عنصر من تلك العناصر، ومنها من كانت ترى في الجمهور ذلك العنصر السلبي في العملية الاتصالية كونه يتأثر بالطريقة التي ترسمها له وسائل الإعلام، بينما كانت نظريات أخرى ترى فيه العنصر الأساسي والمهم الذي يحدد مسار العملية الاتصالية بحسب اتجاهاته وميولاته وحاجاته.

واتجهت معظم الدراسات الحديثة إلى إعطاء الجمهور مكانة متميزة ودورا حاسما في فهم العملية الاتصالية وتوجه الباحثون نحو فحص العلاقة بين الجمهور وبيئته الثقافية الاجتماعية من جهة، ومدى قبوله أو رفضه لمحتوى وسائل الإعلام من جهة أخرى، وماذا يصنع بالمضمون الذي يقبله أو يرفضه من جهة ثالثة. (120)

ويعد اتجاه تاير في فهم العملية الاتصالية واحدا من أهم الاتجاهات في دراسة الجمهور حيث حاول إبراز الدور الذي يمارسه الجمهور المستقبل في العملية الاتصالية (ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟) (121) حيث اعتقد بإيجابية الجمهور، ويبرز الاختلاف بين أفراد الجمهور النشط في تباين آراءه واتجاهاته السلوكية التي يدير من خلالها شؤون حياته، حيث تعد الاتجاهات والآراء التي يحملها الناس حالات عقلية وعصبية ثابتة ثبوتا نسبيا أو دائمة دواما نسبيا ولكنها في نفس الوقت متحركة، متغيرة في طبيعتها، فالعالم يتحرك ويتغير في الواقع والناس يتفاعلون دائما مع هذا التغير، وبذلك لم يعد ملائما في ضوء هذا التفسير لطبيعة الاتجاهات والآراء التي يحملها الناس أن ينظر الباحثون إلى جمهور وسائل الإعلام نظرة نمطية واحدة، يمكن من خلالها إطلاق أحكام شمولية على مجتمع كامل أو حتى على عدد من أفراداه.

**5.6 أخبار التلفزيون والجمهور:** تلعب بحوث جمهور المشاهدين دوراً هاماً في تحديد مدى الأثر الذي يمكن أن تحدثه برامج ونشرات التلفزيون الإخبارية، ويجب أن تركز بحوث الجمهور التي تقوم بها أخبار التلفزيون على اتجاهات المشاهدين واهتماماتهم وقيمهم وعاداتهم، ذلك لأن أساس عمل الإعلاميين في التلفزيون هو تقديم الأخبار التي تخدم اهتمامات الرأي العام.<sup>(122)</sup>

وأغلب القنوات التلفزيونية اليوم تحدد مواقيت برامجها ومواضيعها وأساليب وطرق عرضها على أساس نتائج البحوث الميدانية ودراسات الجمهور، لضمان استمرار العلاقة الإيجابية بينها وبين الجمهور لتوسيع قاعدتها الجماهيرية والاحتفاظ بتقّتهم أطول مدة ممكنة، مع ملاحظة أن الجمهور يريد أن يحصل على أكبر فائدة مقابل أقل جهد.

ولإدراكها لحجم أهمية الجمهور تحرص محطات التلفزيون خاصة في الدول المتقدمة على بحوث المشاهدين بصفة مستمرة ومنتظمة لقياس الرأي حول محتوى برامجها ومدى ملائمتها لأذواق الجماهير، وعادات وحجم المشاهدة، والتعرف على مدى تحقيق البرامج لأغراضها والأهداف التي تسعى لتحقيقها.

وأصبحت الأخبار جزءاً هاماً من الناتج الإجمالي للتلفزيون، التي تزود الجماهير بأهم الأحداث العالمية والمحلية التي تساهم في تعويضهم بما حدث حولهم من أحداث وهي تعرض صورة المجتمع كما هو بالواقع وحال وقوعها وهو ما خلق ثقة متزايدة يعبر عنها الجمهور في التلفزيون كمصدر للأخبار، وأصبحت الأخبار اليوم من أهم العوامل المؤثرة في السياسة والاقتصاد والتجارة والصناعة، فضلاً عن آثارها النفسية والاجتماعية للأفراد والأمم والشعوب.

وعلى الرغم من التطورات الكبيرة التي أتاحتها التكنولوجيا الجيدة للإعلام والاتصال في مجال أخبار التلفزيون، إلا أنه لا يمكن الاستفادة من كل تلك الإمكانيات إلا إذا اتفقت المادة الإخبارية مع اهتمامات واحتياجات جمهور المشاهدين في مختلف المناطق.

## 7. وظائف الأخبار في التلفزيون:

✓ توفر الأخبار في التلفزيون إنذارات سريعة عن التهديدات والأخطار التي تقع خارج المجتمع والأخطار الناتجة عن التغيرات التي تطرأ على الظروف البيئية والطبيعية والأمنية، وتتيح للأفراد فرصة متساوية للإحساس بالخطر والاستعداد لمواجهة.

✓ تساعد الأخبار والمعلومات عن الظروف المحيطة على تحقيق الاحتياجات اليومية للمؤسسة المجتمع كأخبار المال والطقس، وهي ضرورية تساعد على خلق الرفاهية الاجتماعية.

✓ لا تقتصر نشرات الأخبار في التلفزيون على نقل الخبر فقط ولكنها تشرح وتفسر وتحلل وتعلق على الخبر، فهي تساعد بذلك الفرد أو المشاهد العادي على فهمها وتكوين رأي بشأنها.



✓ إثراء ثقافة المجتمع وجعلها أكثر تنوعا، فالتلفزيون يعتبر أحسن وسيلة لمسيرة الأحداث حال وقوعها.

✓ تستطيع رفع تطلعات الأفراد وتوسيع آفاق الجماهير، مما يجعل المشاهدين يعيدون النظر في حياتهم من جديد، فهي تحطم قيود العزلة والمسافات وتقدم لنا أخبار العالم الهامة.

✓ تسلمهم في شرح القرارات والقوانين والإصلاحات للجمهور، كما تساهم في كشف الواقع الذي تعيشه الفئات المهمشة داخل المجتمع ولفت النظر إلى قضاياها.

✓ تنتقل أخبار التلفزيون لجماهيرها حضارة العالم المتقدم وبالتالي توسع من آفاقه من الصعيد الوطني إلى الصعيد العالمي وتلعب دورا هاما في رفع تطلعات مشاهديها ما يساهم في التنمية الاجتماعية والوطنية.

لكن في بعض الأحيان قد تؤدي وظائف سلبية، فقد تؤدي المبالغة في رفع التطلعات للجمهور إلى خلق حالة من التذمر والسخط والإحباط، فكما تستطيع الأخبار أن تزيد من آمال الجماهير فهي قادرة على إثارة السخط والإحباط لديهم.

كما قد يؤدي نشر الأخبار التلفزيونية التي تنقل صور العنف والقتل إلى انتشار نوع من اللامبالاة والسلبية، كما يمكن أن تزيد من قلق الجمهور وتوتره وإحساسه بانعدام الأمن، كما يمكن أن تؤدي في بعض الأحيان إلى إضعاف ثقافة المجتمع وتعمل على تخديرهم.

لذلك كان من اللزام على المحطات التلفزيونية أن تقدم إنتاجها من النشرات والبرامج الإخبارية والاهتمام ببحوث المشاهدين التي تدرس عادات الجماهير وأذواقهم ومعدل المشاهدة وآرائهم في البرامج المختلفة، حتى تستطيع المحطات التلفزيونية قياس نجاح وظائف وأهداف برامجها الإخبارية، والقيام بالدور المنوط بها على أحسن وجه.

### خلاصة:

أصبحت نشرة الأخبار التلفزيونية في مختلف القنوات والمحطات التلفزيونية ذات أهمية بالغة، فهي الموعد المهم الذي يتحدد على أساسه مواعيد باقي البرامج، والأعلى سعرا للإعلانات، وهي التي يتحدد من خلال مضمونها وطريقة عرض وتقديم الأخبار ضمنها الخط الافتتاحي لقناة التلفزيونية.

واستفادت النشرات الإخبارية من التطور الحاصل في تقنيات التلفزيون وخصائصه وكذا التطور الهائل في التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، لتطوّر طرق جمع الأخبار وتنوع مصادرها وأساليب تحريرها وعرضها، وأصبحت تشكل محورا للمنافسة بين مختلف القنوات لتحقيق الأهداف المرسومة لها، لتلبية حاجة الجمهور المتزايدة لها، فهو بحاجة دائمة لمعرفة ما يدور حوله.

## مراجع الفصل:

- (1)\_ عبد الرزاق محمد الديلمي: الخبر في وسائل الإعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2012، ص207.
- (2)\_ ستيوارت ألان: ثقافة الأخبار، ترجمة هدى فؤاد، مجموعة النيل العربية، القاهرة، ط1، 2008، ص 92.
- (3)\_ Barnow. E.: Tube of plenty, New york, Oxford University Press, 2<sup>nd</sup> Edit, 1990, P117.
- (4)\_ ستيوارت ألان: ثقافة الأخبار، مرجع سابق، ص 95.
- (5)\_ Bell. M.: The journalism of attachment, In M. Kieran(ed) Media Ethics, London. Routledge, 1998, P 58.
- (6)\_ عبد الرزاق محمد الديلمي: الخبر في وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص 385.
- (7)\_ إسماعيل إبراهيم: فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1998، ص 14.
- (8)\_ خالد محي الدين محمد: صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية، دار الأمين للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2005، ص29.
- (9)\_ محمد الفاتح حمدي، عبد القادر عراضة: إنتاج النشرات الإخبارية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2013، ص 11.
- (10)\_ عظيم كامل الجميلي، ثناء إسماعيل العاني: صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 297.
- (11)\_ ماجي الحلواني: مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، عالم الكتب، القاهرة، 2002، ص67.
- (12)\_ كارول ريتش: كتابة الأخبار والتقارير الصحفية، دار الكتاب الجامعي، العين، 2002، ص 341.
- (13)\_ محمد الفاتح حمدي، عبد القادر عراضة: إنتاج النشرات الإخبارية، مرجع سابق، ص 13.
- (14)\_ عامر عرفة: الأخبار والبرامج الإخبارية في الراديو والتلفزيون، مكتبة الأدب، القاهرة، 2003، ص57.
- (15)\_ رفعت عارف الضبع: الخبر، مرجع سابق ص115.
- (16)\_ عظيم كامل الجميلي، ثناء إسماعيل العاني: صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 230.
- (17)\_ أديب خضور: مدخل إلى الصحافة نظرية وممارسة، المكتبة الإعلامية، دمشق، ط2، ص 75.
- (18)\_ عبد العزيز شرف: فن التحرير الإعلامي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1980، ص 69.
- (19)\_ كرم شلبي: المنبع وفن تقديم البرامج في الإذاعة والتلفزيون، دار الشروق، جدّة، 1986، ص 138.
- (20)\_ محمد شطاح: الإعلام التلفزيوني، نشرات الأخبار، المحتوى والجمهور، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2007، ص51.
- (21)\_ عبد الستار جواد: فن كتابة الأخبار (عرض شامل للقوالب الصحفية وأساليب التحرير الحديثة)، مرجع سابق، ص 56.
- (22)\_ Daniel. E. Garvey, Wiliam Rivers: L'information radiotélévisée, Edit De Boek, Bruxelles, 1987, P8.
- (23)\_ فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، عالم الكتب، القاهرة، 1988، ص 69.
- (24)\_ عظيم كامل الجميلي، ثناء إسماعيل العاني: صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 239.
- (25)\_ عبد الستار جواد: اللغة الإعلامية، دراسة في صناعة النصوص الإعلامية وتحليلها، دار الهلال للترجمة، عمان، الأردن، ط1، 1998، ص 60.
- (26)\_ عبد الرزاق محمد الديلمي: التحرير الصحفي، مرجع سابق، ص 135.

- (27)\_ المرجع نفسه، ص ص (136\_137).
- (28)\_ عظيم كامل الجميلي، ثناء إسماعيل العاني: صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 183.
- (29)\_ رفعت عارف الضبع: الخبر، مرجع سابق، ص 202.
- (30)\_ فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، عالم الكتب، القاهرة، ط5، 2011، ص 149.
- (31)\_ المرجع نفسه، ص ص (149\_150).
- (32)\_ فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، دراسة مقارنة بين المجتمعات المتقدمة والنامية، دار الشروق، بيروت، 1981، ص 160.
- (33)\_ ستيفن إيزلاير وآخرون: لعبة وسائط الإعلام، ترجمة شمدة فارح وفاروق منصور، مركز جوهرة القدس، عمان، الأردن، 1999، ص 203.
- (34)\_ جون كورتر: التلفزيون والمجتمع، ترجمة أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1999، ص 103.
- (35)+(36)\_ عبد الستار جواد: فن كتابة الأخبار، عرض شامل للقوالب الصحفية وأساليب التحرير الحديثة، مرجع سابق، ص 150.
- (37)\_ رفعت عارف الضبع: الخبر، مرجع سابق، ص 215.
- (38)\_ عبد الستار جواد: فن كتابة الأخبار (عرض شامل للقوالب الصحفية وأساليب التحرير)، دار مجدلاوي للنشر والتحرير، عمان، الأردن، ط2، 2001، ص 139.
- (39)\_ عبد الرزاق محمد الديلمي: التحرير الصحفي، مرجع سابق، ص 139.
- (40)\_ جواد عبد الستار: اللغة الإعلامية، دراسة في صناعة النصوص الإعلامية وتحليلها، دار الهلال للترجمة، عمان، الأردن، ط1، 1998، ص 151.
- (41)\_ عبد الرزاق محمد الديلمي: التحرير الصحفي، مرجع سابق، ص 140.
- (42)\_ جواد عبد الستار: اللغة الإعلامية، دراسة في صناعة النصوص الإعلامية وتحليلها، مرجع سابق، ص 16.
- (43)\_ عظيم كامل الجميلي، ثناء إسماعيل العاني: صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 197.
- (44)\_ هيثم الهيتي: الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2008، ص 63.
- (45)\_ *George. A. Hough: News writing, Houghtin Milline Company, Boston, 1995, P 80.*
- (46)\_ محمد معوض، بركات عبد العزيز: الخبر الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ط1، 1996، ص 79.
- (47)\_ هيثم الهيتي: الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، مرجع سابق، ص 56.
- (48)\_ محمد معوض، بركات عبد العزيز: الخبر الإذاعي والتلفزيوني، مرجع سابق، ص 136.
- (49)\_ أديب خضور: الإعلام والأزمات، دار الأيام، الجزائر، ط1، 1999، ص 31.
- (50)\_ سعيد محمد السيد، حسن عماد مكاوي: الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، مركز جامعة التعليم المفتوح، القاهرة، 1999، ص 220.
- (51)\_ محمد معوض: الخبر في وسائل الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 1994، ص 121.
- (52)\_ عرفة أحمد عامر: الأخبار والبرامج التلفزيونية الإخبارية في الراديو والتلفزيون، مكتبة الآداب، القاهرة، 2003، ص 58.

- (53) \_ كارولين ديانا لويس: التغطية الإخبارية للتلفزيون، ترجمة محمود شكري العدوي، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، ط1، 1993، ص 174.
- (54) \_ المرجع نفسه، ص 175.
- (55) \_ محمد معوض: الخبر في وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص 121.
- (56) \_ هيثم الهيتي: الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، مرجع سابق، ص 27.
- (57) \_ أديب خضور: مدخل إلى الصحافة نظرية وممارسة، مرجع سابق، ص 87.
- (58) \_ عظيم كامل الجميلي، ثناء إسماعيل العاني: صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 223.
- (59) \_ عبد الرزاق محمد الدلمي: الخبر في وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص 48.
- (60) \_ أديب خضور: مدخل إلى الصحافة نظرية وممارسة، مرجع سابق، ص 83.
- (61) \_ هيثم الهيتي: الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، مرجع سابق، ص 28.
- (62) \_ أ. بور تيسكي: الصحافة التلفزيونية، ترجمة أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق، 2009، ص 99.
- (63) \_ محمد شطاح: التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال وتأثيرها على النشرات الإخبارية في التلفزيون، مجلة الإذاعات العربية، مجلة فصلية تصدر عن اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد 3، 2005، ص 130.
- (64) \_ محمد شطاح: قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيديولوجيا، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2006، ص 47.
- (65) \_ سعيد محمد السيد، حسن عماد مكاوي: الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 309.
- (66) \_ Bond F. Frasser: An Introduction to journalism, The Mac Millan Company, New York, 1991, P 78.
- (67) \_ عبد الله محمد زلطة: الإعلام الدولي في العصر الحديث، دار الفكر العربي، القاهرة، 2001، ص 245.
- (68) \_ سمر طاهر: الإعلام في عصر العولمة والهيمنة الأمريكية، دار النهضة، مصر، ط1، 2011، ص 101.
- (69) \_ حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 118.
- (70) \_ سمر طاهر: الإعلام في عصر العولمة والهيمنة الأمريكية، مرجع سابق، ص 107.
- (71) \_ عبد الله محمد زلطة: الإعلام الدولي في العصر الحديث، مرجع سابق، ص 247.
- (72) \_ فاروق أبوزيد: فن الخبر الصحفي، عالم الفن، القاهرة، ط1، 2011، ص 125.
- (73) \_ محمد معوض، بركات عبد العزيز: الخبر الإذاعي والتلفزيوني، مرجع سابق، ص 153.
- (74) \_ فاروق أبوزيد: فن الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 125.
- (75) \_ المرجع نفسه، ص 138.
- (76) \_ المرجع نفسه، ص 144.
- (77) \_ محمد معوض، بركات عبد العزيز: الخبر الإذاعي والتلفزيوني، مرجع سابق، ص 159.
- (78) \_ سعيد محمد السيد: إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون، عالم النشر للكتب، القاهرة، 1999، ص ص (177\_179).
- (79) \_ محمد الفاتح حمدي، عبد القادر عراضة: إنتاج النشرات الإخبارية التلفزيونية، مرجع سابق، ص 35.
- (80) \_ سعيد محمد السيد، حسن عماد مكاوي: الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص ص (179\_180).
- (81) \_ محمد معوض، بركات عبد العزيز: الخبر الإذاعي والتلفزيوني، مرجع سابق، ص 159.
- (82) \_ المرجع نفسه، ص 163.
- (83) \_ سليم عبد النبي: الإعلام التلفزيوني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص ص (61\_62).

- (84)\_ محمد معوض، بركات عبد العزيز: الخبر الإذاعي والتلفزيوني، مرجع سابق، ص 167.
- (85)\_ عرفة أحمد عامر: الأخبار والبرامج التلفزيونية في الراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص 66.
- (86)\_ محمد معوض، بركات عبد العزيز: الخبر الإذاعي والتلفزيوني، مرجع سابق، ص 169.
- (87)\_ عظيم كامل الجميلي، ثناء إسماعيل العاني: صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 258.
- (88)\_ سعيد محمد السيد، حسن عماد مكاوي: الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 288.
- (89)\_ عظيم كامل الجميلي، ثناء إسماعيل العاني: صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 261.
- (90)\_ محمد معوض، بركات عبد العزيز: الخبر الإذاعي والتلفزيوني، مرجع سابق، ص 149.
- (91)\_ عظيم كامل الجميلي، ثناء إسماعيل العاني: صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 267.
- (92)\_ محمد معوض، بركات عبد العزيز: الخبر الإذاعي والتلفزيوني، مرجع سابق، ص 107.
- (93)\_ سعيد محمد السيد، حسن عماد مكاوي: الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 236.
- (94)\_ عظيم كامل الجميلي، ثناء إسماعيل العاني: صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 275.
- (95)\_ محمد الفاتح حمدي، عبد القادر عراضة: إنتاج النشرات الإخبارية التلفزيونية، مرجع سابق، ص 30.
- (96)\_ سليم عبد النبي: الإعلام التلفزيوني، مرجع سابق، ص 63.
- (97)\_ المرجع نفسه، ص 67.
- (98)\_ محمد الفاتح حمدي، عبد القادر عراضة: إنتاج النشرات الإخبارية التلفزيونية، مرجع سابق، ص 51.
- (99)\_ سليم عبد النبي: الإعلام التلفزيوني، مرجع سابق، ص 67.
- (100)\_ خالد مجد الدين محمد: صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية، دار الأمين، القاهرة، 2005، ص ص (207\_206).

تاريخ الدخول (23/ أبريل/2013 على الساعة 22:30) [www.m-w.com/dictionary.htm](http://www.m-w.com/dictionary.htm) (101)\_

- (102)\_ خالد مجد الدين محمد: صناعة الأخبار في عصر العولمة، مرجع سابق، ص 207.
- (103)\_ محمد فريد محمود عزت: القاموس الموسوعي للمصطلحات الإعلامية (انجليزي عربي)، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص 389.
- (104)\_ سليم عبد النبي: الإعلام التلفزيوني، مرجع سابق، ص 76.
- (105)\_ أ- بوريتسكي: الصحافة التلفزيونية، مرجع سابق، ص 99.
- (106)\_ سليم عبد النبي: الإعلام التلفزيوني، مرجع سابق، ص 78.
- (107)\_ كارولين ديانا لويس: التغطية الإخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 139.
- (108)\_ هيثم الهيتي: الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، مرجع سابق، ص 38.
- (109)\_ فريال مهنا: نحو بلاغة إعلامية معاصرة، علوم التحرير الإعلامي وفنونه، منشورات جامعة دمشق، 1993، الجزء الثاني، ص ص (160\_169).
- (110)\_ فرانس فاير: الصحافة الاشتراكية، ترجمة نوال حنبلي وآخرون، معهد الإعداد الإعلامي، دمشق، 1977، ص 112
- (111)\_ فاروق أبو زيد: فن الكتابة الصحفية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1985، ص 35.

(112)\_ José De Brouker: Pratique de l'information et écriture journalistique, Paris, 1995, P159.

- (113)\_ أ.بور تيسكي،: الصحافة التلفزيونية، مرجع سابق، ص 132.
- (114)\_ عرفة أحمد عامر: الأخبار والبرامج الإخبارية في الراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص 88.
- (115)\_ نصر الدين العياضي: اقترابات نظرية من الأنواع الصحفية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دون تاريخ، ص 54.
- (116)\_ فريال مهنا: نحو بلاغة إعلامية معاصرة، علوم التحرير الإعلامي وفنونه، مرجع سابق، ص 164.
- (117)\_ هيثم الهيتي: الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، مرجع سابق، ص 44.
- (118)\_ نصر الدين العياضي: اقترابات نظرية من الأنواع الصحفية، مرجع سابق، ص 28.
- (119)\_ كامل خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والإعلام، مرجع سابق، ص (317\_318).
- (120)\_ عبد الله بن ناصر الحمود، جمهور وسائل الاتصال العولمي من يؤثر بالآخر؟ دراسة منشورة على الرابط التالي: [www.bab.COM/persons/show-practicle.cfm?article-id=54](http://www.bab.COM/persons/show-practicle.cfm?article-id=54) تاريخ الدخول (26 مارس 2014 على الساعة 21:00).
- (121)\_ كامل خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والإعلام، مرجع سابق، ص 323.
- (122)\_ محمد معوض، بركات عبد العزيز: الخبر الإذاعي والتلفزيوني، مرجع سابق ص 208.

### الفصل الثالث

## النظم الإعلامية والأخبار في التلفزيون الجزائري

### أولاً: النظم الإعلامية.

1. النظم الإعلامية الكلاسيكية.
2. النظام العالمي الإعلامي الجديد.
3. النظم الإعلامية العربية.
4. النظام الإعلامي في الجزائر.

### ثانياً: التلفزيون الجزائري.

1. نشأة وتطور التلفزيون.
2. نشأة وتطور التلفزيون الجزائري.
3. الخصائص الإعلامية للتلفزيون.
4. تسيير وتنظيم المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري.
5. وظائف التلفزيون الجزائري.
6. عملية البرمجة في التلفزيون الجزائري.
7. الأخبار في التلفزيون الجزائري.

### الفصل الثالث

#### النظم الإعلامية والأخبار في التلفزيون الجزائري

##### تمهيد

لا يمكن الحديث عن وسائل الإعلام ومنها التلفزيون والأخبار التي تبث عبره بمعزل عن النظم الإعلامية التي تنظمها وتسيرها وتعالج الأخبار والمعلومات وتبث ضمن مبادئها وقيمتها، لأن دور الأخبار التلفزيونية بصفة خاصة والأخبار عبر مختلف وسائل الإعلام بصفة عامة في أي نظام اجتماعي وسياسي كان، هو دور أساسي، فهي توفر الأفكار والصور التي يوظفها الناس في تأويل وفهم قدر كبير من واقعهم اليومي، وتميل الأخبار التلفزيونية في معظم البلدان ومنها الجزائر إلى التشديد على القواعد التي يعمل في ظلها النظام الاجتماعي والسياسي.

وتهدف هذه الدراسة من خلال هذا الفصل إلى محاولة التعريف بالنظم الإعلامية ودورها في تنظيم العمل الإعلامي ومنه العمل الإخباري في التلفزيون، وخصوصية كل نظام إعلامي من خلال التعريف بالنظم الإعلامية الكلاسيكية، النظام العالمي الإعلامي الجديد، النظم الإعلامية العربية، والنظام الإعلامي في الجزائر، لتتطرق للتفصيل في التلفزيون الجزائري والمؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري بعرض نشأة وتطور التلفزيون، نشأة وتطور التلفزيون الجزائري، الخصائص الإعلامية للتلفزيون، تسيير وتنظيم المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري، وظائف التلفزيون الجزائري، عملية البرمجة في التلفزيون الجزائري، ثم في الأخير الأخبار في التلفزيون الجزائري.

#### أولاً: النظم الإعلامية:

##### 1. النظم الإعلامية الكلاسيكية:

تعمل وسائل الإعلام من خلال المحتوى الذي تقدمه على تحديد القيم الوطنية التي تقوم عليها الدولة، والتي تختلف فيما بينها باختلاف الأنظمة السياسية السائدة في هذا البلد أو ذلك، ومنه فالنظم السياسية هي التي تحدد وتقرر القيم والمعايير التي تخدم وسائل الإعلام وتضع الضوابط وتحدد طرق وأساليب الرقابة وأنواعها، بالإضافة إلى تحديد طبيعة ملكية وسائل الإعلام في الدولة، كما تحدد لها الوظائف والمهام التي تؤديها في المجتمع.

ففي الوقت الذي يصبح فيه البناء السياسي والاجتماعي مصدرا مهما من مصادر المعلومات التي تعتمد عليها وسائل الإعلام في استقاء المعلومات والبيانات، فإن هذا البناء يؤثر على نوعية ما يطرح من معالجات بالنسبة لمختلف القضايا والمشكلات التي يتعرض لها المجتمع<sup>(1)</sup>.

وبالتالي فعند الحديث عن النظم الإعلامية يجب علينا بداية تحديد علاقتها بمختلف النظم السياسية، إذ أن لكل نظام سياسي نظامه الإعلامي الذي يجسد رؤاه وتطلعاته، ويدافع عن أفكاره وتوجهاته، ولهذا سوف نجد أن الأساس في تصنيف نظام الإعلام يرتبط بالدرجة الأولى بالفكر



والفلسفة السياسية التي تنتهجها الدولة، ومؤسساتها وتحدد طرق العلاقات بين وسائل الإعلام والسلطة من جهة وبينها وبين الأفراد والمواطنين من جهة ثانية، فالنظم الإعلامية مرتبطة وإلى حد بعيد بالحكومات التي تعمل في ظلها حيث تعكس وتدعم فلسفة تلك الحكومات.<sup>(2)</sup>

ومنه فالعلاقة بين النظام الإعلامي الاتصالي في المجتمع والنظام السياسي هي علاقة جوهرية إلى الدرجة التي يصعب معها تصور أحدهما دون الآخر، أو قيامه بوظائف بمعزل عنه، وأيا كانت طبيعة النظام السياسي وشكله وفلسفته فإن كل النظم السياسية بحاجة إلى أنظمة اتصال لتأكيد شرعيتها بالكيفية التي تجعلها موضوع قبول لدى الرأي العام.

وقد أجمع الباحثون وأساتذة الاتصال في العالم أنه ليس هناك أيديولوجيا للدولة، وأخرى لوسائل الإعلام بل هناك أيديولوجيا واحدة تحدد الخط السياسي والاقتصادي والاجتماعي للدولة، يتحدد فيه موقف الدولة من الاتصال وأدواره، ووظائفه التي تتكامل مع سائر مؤسسات الدولة مستهدفة تحقيق التوازن الذي يؤدي إلى دعم وحماية مصالح وقيم أهداف القوى المسيطرة على وسائل الإنتاج الأساسية في المجتمع، وتتحكم بالتالي في أدوات التغيير السياسي، النظام التعليمي والثقافي والاجتماعي.<sup>(3)</sup>

والنظام الإعلامي يشير إلى خمسة أبعاد: الفلسفة الإعلامية (المذاهب الإعلامية)<sup>(4)</sup> الذي يقوم عليها النظام الإعلامي وهي مجموعة المبادئ والأسس الفكرية، ثم السياسات الإعلامية، وهي البرامج التطبيقية للفلسفة الإعلامية، ثم الإطار القانوني الذي يترجم الفلسفة الإعلامية إلى تشريعات تحكم العمل في المؤسسات الإعلامية إلى تشريعات تحكم العمل في المؤسسات الإعلامية، ثم البنية الاتصالية الأساسية وتشمل تكنولوجيا الاتصال والموارد البشرية الاتصالية الأساسية، وتتضمن مستوى تكنولوجيا الاتصال والكوادر البشرية المتاحة والإمكانات المادية وغيرها وأخيرا تأتي المؤسسات الإعلامية في الواقع الفعلي.<sup>(5)</sup>

### **1.1 نظرية السلطة:** تعرف هذه النظرية أيضا بالنظرية التسلطية أو النظام الإعلامي السلطوي .

ظهرت هذه النظرية في إنجلترا في القرن السادس عشر، في الوقت الذي كانت فيه سيطرة الحكومة والكنيسة والإقطاع هي السائدة، وقبل عصر النهضة الأوروبية وفي خلالها، إبان فكرة الحق الإلهي المقدس والنظرة إلى الحاكم على أنه ضل الله في الأرض، وهي أقدم النظريات الإعلامية من حيث الظهور، حيث ظهرت عقب اختراع الطابعة، وتعتبر نظرية السلطة في الفكر السياسي هي الوعاء الفكري للنظام الإعلامي السلطوي<sup>(6)</sup>.

ورغم أن هذه النظرية تعتمد على أفكار أفلاطون وميكافيلي، وترى أن الشعب غير جدير بأن يتحمل المسؤولية أو السلطة فهي ملك للحاكم أو السلطة التي يشكلها، إلا أن البعض يرجع جذورها إلى قول الملك لويس الرابع عشر الدولة أنا<sup>(7)</sup>، ومنذ أن ظهرت هذه النظرية وإلى يومنا هذا ونظرية السلطة ترتبط بنظم الحكم الاستبدادية التي لا تؤمن بالديمقراطية ولا بالحريات العامة.

وبالرغم من أن بدايات هذه النظرية لم تكن محددة تحديداً، دقيقاً مثل بقية النظريات، إلا أن بدايات فكرة التسلط والسلطة المطلقة تعود إلى أفلاطون الذي كان مثالي النزعة والتفكير، وهو يرى أن الملوك والفلاسفة هم حكام جمهورية أفلاطون النظرة المثالية، وهو بذلك ينظم المواطنين تحت نظام صارم يحرم فيه إبداء الآراء أو المعارضة أو الرأي الآخر.<sup>(8)</sup>

وما يميز هذه النظرية أن الدولة حلت محل الفرد وسيطرت سيطرة تامة على وسائل الإعلام الجماهيري ولذلك فإن وظيفة هذه الوسائل في ظل هذا النظام جمدت الإعلام وأعلنت من شأن الدعاية والتوجيه والتأثير.<sup>(9)</sup>

كما هيمنت نظرية السلطة في العصر الحديث على معظم دول العالم الثالث وبعض دول أوروبا في منتصف القرن الماضي وخاصة النظم الشمولية والفاشية والنازية، وقد سيطرت السلطة على جميع أنشطت الإعلام لمختلفة سواء كانت ملكيتها عامة أو خاصة، وذلك من خلال فرض تعبئه الشعب تعبئه عدوانية خدمة للأهداف التوسعية المحددة في برامج الدولة.

**المبادئ الأساسية للنظام الإعلامي في ظل نظرية السلطة:** لقد لخص الدكتور فاروق أبو زيد هذه المبادئ الأساسية التي يقوم عليها النظام السلطوي في النقاط التالية<sup>(10)</sup>:

- تلتزم الصحافة بتأييد كل ما يصدر عن الحاكم وما يتعلق به وهي مطالبة بالدفاع عن سياسات الحكم، أي أنها مطالبة بالدعاية للحاكم.

- يمنح الحاكم امتيازاً يخص به من يشاء من رعيته بأن يسمح له بالعمل في الصحافة، وهذا الامتياز يوجب على الفرد الالتزام بتأييد النظام الحاكم وسياسته، وإذا أخل بهذا الالتزام، فقد حقه في العمل بالصحافة .

- قد يسمح للأفراد بملكية وسائل الإعلام أو الصحف التي يصدرونها، أي أن هذه الملكية لا تقتصر على الحاكم فحسب، ولكن يبقى قيام هذه الوسائل الإعلامية واستمرارها، رهين رغبة السلطة .

فإذا سمح الحاكم في هذا النظام السلطوي للفرد بالملكية الخاصة لوسائل الإعلام، فإنه أوجد في مقابل ذلك طرقاً وأساليب لموازنة هذا الحق بأن منح للسلطة حقوقاً أخرى كالتزام الفرد بضرورة الحصول على الرخصة، وحق الحكومة في فرض الرقابة على ما ينشر، ووضع القوانين التي تعاقب الصحف عند خروجها على القانون، وأيضا حق فرض الضرائب على الصحف للحد من نفوذها.

أما الدكتور بسيوني إبراهيم حمادة، فقد اعتمد في دراسته حول دور وسائل الاتصال في صنع القرارات السياسية على مفهوم الحقائق الاتصال واتخذ منه قاعدة لتصنيف نظريات الإعلام حيث يرى بأن الحق في الاتصال والذي يعبر عن حرية التعبير، وحرية تدفق المعلومات، وحرية الوصول إلى مصادر المعلومات يتكون من بعدين أساسيين، فالبعد الأول هو حق الاستقبال والبعث الثاني هو حق

الإرسال، وأوضح بأنه في نظرية السلطة يمثل الإرسال حقا للفرد أما الاستقبال والبعد الثاني هو حق الإرسال، وأوضح بأنه في نظرية السلطة يمثل الإرسال حقا للفرد أما الاستقبال فهو حق للمجتمع.<sup>(11)</sup> ورغم أن النظام السلطوي لوسائل الإعلام لم يعد يتمتع اليوم بأي قدر من الاحترام عند شعوب العالم كافة، إلا أننا يمكن أن نجد نماذج له بصورة معتدلة في الوقت الحاضر في العديد من دول العالم الثالث، في آسيا وإفريقيا وأمريكا اللاتينية، حتى أن عددا من دول أوروبا الغربية كانت تعيش في ظل هذا النظام حتى سنوات قريبة.

### 2.1 نظرية الحرية:

عرف القرنان السابع عشر والثامن عشر ثورة فكرية كبيرة تهدف إلى التغيير والتطور في العديد من المجالات، أسفرت عن ظهور نماذج للمناقشة والحوار تختلف كلياً عن النماذج التسلطية<sup>(12)</sup> وكافة هذه الثورات تدور حول الاعتقاد بأن الإنسان سيد نفسه، وأنه يمكن عن طريق العلم والفهم أن يحقق أسباب القوة، وأن يفهم ويسود العالم بطريقة أفضل.<sup>(13)</sup>

وعلى هذا الأساس يكون دور وسائل الإعلام في هذا النظام هو حماية ودعم هذه الحرية الفردية ومهمتهم في البحث عن الحقيقة وكشفها للرأي العام بهدف تشكيل رأي عام صائب، وقيام وسائل الإعلام بهذا الدور مرهون بمدى شعبيتها أو استقلاليتها عن السلطة السياسية، بمعنى أنه يجب على صاحب الرأي أن يتحرر من أية قيود على النشر ومن أية رقابة سابقة أو لاحقة قد تقلص من حرية التعبير عن الرأي، وحرية توجيه الانتقاد.

المبادئ الأساسية للنظام الإعلامي في ظل نظرية الحرية: وقد حددها الدكتور فاروق أبو زيد كما يلي<sup>(14)</sup>:

- إن حق الفرد في أن يعرف حق طبيعي كحقه في الماء والهواء، لكي يمارس هذا الحق الطبيعي لا بد من وسائل إعلام أن تتمتع بحريتها كاملة دون أي قيود تأتي من خارجها.
- إن حق الفرد في أن يعلم ويعرف يصبح لا معنى له إذا لم يكن لهذا الفرد الحق في اختيار ما يريد أن يعرفه، وهذا الحق في الاختيار لا يتحقق إلا إذا أُتيحت لكل فرد إلى أن يعبر عن كل ما يريد، وبالطريقة التي يريد سواء كان ذلك مؤيدا للسلطة القائمة أو معارضا لها. اتساقا مع حرية كل فرد وحقه في أن يعبر عما يراه، ورغبته في الحيلولة دون احتكار فرد أو مجموعة أفراد لهذا الحق يؤكد النظام الحر للصحافة على حق أي فرد وجماعة في أن يصدر ما يشاء من الصحف مادام قادرا على ذلك ودون ما الحاجة إلى ربط هذا الحق بتصريح من السلطة الحاكمة.
- إن حق الفرد أو الجماعة في التعبير عن الرأي من خلال إصدار الصحف أو الكتابة فيها لا يمكن أن يتحقق إذا فرض على الصحافة أي لون من ألوان الرقابة سواء ما كان منها سابقا للنشر أو لاحقا له، وأن النظر في أي تجاوز تقع فيه الصحيفة هو شأن القضاء وحده.

سادت هذه النظرية لوسائل الإعلام في الدول الغربية وفي الولايات المتحدة على وجه الخصوص، ولما كانت حرية التعبير في وسائل الإعلام تقوم على أساس أنه على وسائل الإعلام أن تطرح الأفكار في سوق حرة وتترك هذه الأفكار لتتصارع وان الفرد جدير بأن يقرر، فيختار ما يشاء من هذه الأفكار كان لعدم وجود قيود محددة من التشريعات والأنظمة على حرية وسائل الإعلام في هذه المجتمعات، فقد تبادت وسائل الإعلام في ممارسة هذه الحرية واستغلتها أسوأ استغلال مما نتج عنه المبالغة في تقديم مواد الجريمة والعنف واقتحام الحياة الخاصة للشخصيات العامة، ونشر الإشاعات والأكاذيب عن فساد المسؤولين الحكوميين وكشف الأسرار الحكومية بحجة تقديم الحقائق للناس.

### 3.1 النظرية الماركسية:

يسميا أصحابها النظرية الماركسية بينما يطلق عليها المفكرون الليبراليين النظرية الشمولية، السوفيتية، يراها أعداؤها صورة جديدة من صور نظرية السلطة بينما يرى أصدقاؤها أنها تضع وسائل الإعلام في موقع الكفاح لتقدم للشعب وترعى مبادئه وأهدافه.

هذا وتنطلق النظرية الشيوعية أصلا من الفلسفة الماركسية والتي أسس ووضع منهجها الفكري كارل ماركس فهو الأب الروحي للفلسفة الماركسية ووليدتها الشيوعية، والتي تهدف إلى إقامة مجتمع شيوعي تتحقق فيه العدالة من خلال سيطرة الحركة العالمية والكادحين على الحكم، وقد طبق الشيوعيون شعارهم الإعلامي "يا عمال العالم اتحدوا".<sup>(15)</sup>

وفي فلسفة الإعلام الشيوعي وظائف وسائل الإعلام في المجتمع الشيوعي هي نفسها وظائف الجهاز الحاكم، أي دعم وبقاء وتوسع النظام، وأن هذه الوسائل يجب أن توجد لنشر السياسة الاشتراكية وليس لها أن تبحث عن الحقيقة.

وتعتبر النظرية الشيوعية أن الجماهير أضعف وأجهل من أن تحاط علما بكل ما تقوم به الحكومة ووسائل الإعلام يجب أن تعمل دائما من أجل الأفضل والأفضل عادة هو ما تقوله القيادة، ويتفق بطبيعة الحال مع خط النظرية الشيوعية ومن ثم فإن كل ما تفعله وسائل الإعلام كي تتفقد نهج الشيوعية يعتبر عملا غير أخلاقي.

مبادئ النظرية الإعلامية الشيوعية: إن أبرز خصائص النظرية الإعلامية الشيوعية تنحصر فيما يلي:

- وسائل الإعلام يمتلكها الأفراد ضمن الملكية العامة.
- ترخيص الإعلام مقيد بموافقة الحكومة.
- لا يشترط تأمين مالي قبل إصدار الوسيلة.
- يجب الحصول على الموافقة المسبقة من الحكومة للعمل في وسائل الإعلام .

- من حق الدولة مصادرة الحريات ومن حقها وضع العقوبات على الإعلامية كما أن القضاء له الحق في ذلك وبذلك نلاحظ وجود نظام مختلط ما بين السلطة التنفيذية والقضائية للإجهاز على الإعلام والحرية.
- تعطيل وسائل الإعلام وإغائها حق للسلطة .
- الحكومة لها الحق في مراقبة وسائل الإعلام وفرض قيود رقابته عليها .
- لا يسمح لوسائل الإعلام أن تمارس عملية نقد للدولة وللحزب، بل يحق لها انتقاد السياسات فقط.

#### 4.1 نظرية المسؤولية الاجتماعية:

نشأت هذه النظرية عام 1947 من خلال دراسة أمريكية مولت من مجلة التايمز ودائرة المعارف البريطانية تحت عنوان صحافة حرة ومسؤولة، من قبل ما عرف بلجنة هوشنر وعدد من الشخصيات الإعلامية الأمريكية، ودراسة أخرى بعنوان، حرية الصحافة إطاراً المبدأ<sup>(16)</sup> أقرت لجنة هوشنر أنه من غير المعقول أو المقبول أن تترك حرية الصحافة سائبة على غرار محلات البقالة كل يعرض ما عنده، كما في الصحافة الصفراء، إذ لا بد من مسؤولية محددة من قبل المجتمع، فالصحافة مثلها مثل أي مهنة لها قيم ومعايير أخلاقية، ولا يجوز للصحفيين أن يستثمروا حرية الصحافة المطلقة بالإساءة إلى الآخرين، وإنما يبقى أن يضع الصحفي لنفسه حدوداً معينة يفرضها هو على نفسه، وإذا لم يستطع فهناك قوى أخرى يمكن أن نسميها مجالس الصحافة التي تتشكل من الصحفيين أنفسهم والتي تشرف وتتحكم في توجيه الصحافة، إذا انفلتت المسؤولية الاجتماعية وإذا بدأت الحرية تعرض فضائح وتطارد نجوم التمثيل وتبتعد عن القضايا الاجتماعية، وفي هذه الحالة إذا جرى انفلات وانتهاك تعرض القضايا على المجلس الأعلى للصحافة<sup>(17)</sup>. جاءت هذه النظرية للرد على الانتقادات التي تعرضت لها نظرية الحرية<sup>(18)</sup>.

#### 1/ المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية: لخص دينيس ماكويل هذه المبادئ في العناصر التالية<sup>(19)</sup>:

- إن هناك التزامات معينة للمجتمع يجب أن تقبلها وسائل الإعلام.
- إن تنفيذ هذه الالتزامات يجب أن يكون من خلال المعايير المهنية الراقية لنقل مثل الحقيقة، الدقة، الموضوعية والتوازن.
- قبول هذه الالتزامات وتنفيذها يتطلب التنظيم المهني الذاتي لوسائل الإعلام في إطار القوانين والمؤسسات القائمة.
- يجب أن تتجنب وسائل الإعلام بأي حال في النشر والإذاعة، ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة، العنف أو إثارة الأقليات في المجتمع .

- تعدد وسائل الإعلام بما يعكس تنوع الآراء في المجتمع، وحق الأفراد في الرد، والتعليق في مختلف وجهات النظر.
- إن الالتزام بالمعايير السابقة يجعل الجمهور والمجتمع يتوقع إنجازا راقيا وبالتالي فإن تدخله في هذه الحالة يستهدف تحقيق النفع العام.
- يجب أن لا تقل مسؤولية الصحفي أو المهني في وسائل الإعلام أمام المجتمع عن مسؤوليته أمام المالك وأسواق الإعلام والتوزيع والإعلان.
- ضرورة وجود التزام ذاتي من جانب الصحافة بمجموعة من المواثيق الأخلاقية التي تستهدف إقامة توازن بين حرية الفرد من جهة وبين مصالح المجتمع من جهة ثانية.<sup>(20)</sup>
- إن للإعلام وظيفة اجتماعية وهي تقديم البيانات عن الأحداث الجارية يصرف النظر عن نوعية التأثير الذي قد تحدثه هذه البيانات على الجمهور<sup>(21)</sup>.

2/ محددات ووظائف الإعلام في نظرية المسؤولية الاجتماعية: قامت هذه النظرية على اعتبار أن الحرية تحمل في طبيعتها تبعات كثيرة يجب أن تحملها وسائل الإعلام وتتحمل مسؤوليتها أخلاقيا وقانونيا أمام الجمهور من خلال القيام بالوظائف التالية<sup>(22)</sup>:

- خدمة النظام السياسي القائم وذلك عن طريق الإعلام والمناقشة والحوار المفتوح في جميع المسائل التي تهتم المجتمع .
- تنوير الجماهير بالحقائق والأرقام تنويرا يجعل من اليسير عليه أن يحكم نفسه بنفسه حكما صحيحا على الأحداث العامة.
- صيانة مصالح الأفراد والجماعات والمحافظة على سمعة هؤلاء، وذلك عن طريق المراقبة التامة لأعمال الحكومة وأعمال الشركات والهيئات.
- خدمة المرافق الاقتصادية من خلال وسيلة الإعلان.
- خدمة الجمهور عن طريق الترويج والتسلية تخفيفا لأعباء الحياة على الناس وترويحاً لنفوسهم وأجسامهم.
- رعاية المصالح العامة وتفضيلها على المصالح الخاصة أو الحيلولة دون سيطرة الأخيرة حتى لا تضر بالمصالح العامة.

ومن الملاحظ أن هذه النظرية مختلطة فهي تحمل بين جنباتها جناحين واحد للحرية وآخر للقيود، فهي تعطي الحرية لكن إلى حد تكييلها بالقيود، دون الوقوع في شرك الحرية والانحراف، وربما تكون هذه النظرية صالحة إلى حد ما عن باقي النظريات لشعوب العالم الثالث.

## 2. النظام العالمي الإعلامي الجديد:

النظام العالمي الجديد هو مجموعة من الترتيبات الثقافية والسياسية والاقتصادية التي سادت أطراف المجتمع الدولي من تشريعات واتفاقيات نشأت وجرى اعتمادها في أعقاب انهيار الاتحاد السوفيتي وعقب حزب الخليج عام 1991 فقد أدركت الولايات المتحدة الأمريكية أن ثمة ضرورة حيوية لتطوير ملامح ذلك النظام لكي تضفي هيمنتها على العالم من خلال الأبعاد القيمية والأخلاقية، مستخدمة القنوات الفضائية التي تميزت محطاتها التلفزيونية بشمولية معظم أرجاء العالم واخترقت شبكاتها الحدود الإقليمية وعبرت القارات دون حارس بوابة أو ما تسميه مقص الرقيب<sup>(23)</sup>.

وأرادت الولايات المتحدة الأمريكية أن تضفي شرعية على مواقفها وسياساتها إزاء الدول المختلفة وتتصب بذلك نفسها زعيمة على هذا النظام العالمي الجديد. وكان الهدف من تشكل النظام العالمي الجديد بأولويات وأجندات كما يزعم منظوره هو مساعدة الدول النامية على تحقيق أثرا أكبر على أنظمتها الإعلامية والمعلوماتية والاقتصادية والثقافية والسياسية، وتنظر الدول النامية إلى النظام العالمي الإعلامي الراهن على أنه من مخلفات الاستعمار وأنه لا يهتم إلا بالقيم التجارية وقيم السوق، وفي المقابل رفضت الحكومات الغربية ومؤسسات صناعة الإعلام والأخبار بقوة مثل هذه الدعوات لأنها تساهم في زيادة التدخلات في شؤون الإعلام والصحافة وبالتالي تخفض أسهم السوق وحصص الفائدة<sup>(24)</sup>.

وقابلت الدول النامية بعض الممارسات التي ترفضها بشدة الممارسات الغربية، حيث نادى بمزيد من السيطرة الحكومية على وسائل الإعلام، وتقليص دخول الصحفيين إلى مناطق الأحداث والحصول على المعلومات والمواثيق الأخلاقية وتراخيص الصحفيين، وضرائب أطباق البث الإذاعي والتلفزيوني وكلها أفكار مرفوضة من الصحفيين الغربيين وملاك وسائل الإعلام وصناع القرار في العالم.

حيث تدعو هذه النظرية (النظام العالمي الجديد) إلى التوسع الاقتصادي الذي ينطلق من مجموعة صغيرة من الدول المركزية إلى الدول شبه المركزية والدول الهامشية، حيث تتحكم في قوى السوق الدول الصناعية الكبرى وتخضع الدول الهامشية وشبه الهامشية للسيطرة المفروضة عليها، وتتحقق السيطرة الاقتصادية بالسيطرة الإعلامية والتكنولوجية.

بل إن الدول الكبرى والمركزية اليوم سيطرت صناعاتها واستثماراتها على برامج التشغيل والبرمجيات اللازمة للإعلام العابر للقارات، حيث تباع تلك المنتجات بشكل مباشر أو غير مباشر للدول الهامشية طالما توافرت الأسواق التي تستوعب هذه المنتجات وتستطيع توفير تكاليفها<sup>(25)</sup>. وهو المشهد الإعلامي العالمي الذي أصبحت معالمه بارزة اليوم في شتى مجالات الحياة ويظهر ذلك في<sup>(26)</sup>:

- أن المنتجات الإعلامية للدول المركزية تحل في العادة محل المنتجات الإعلامية المحلية في الدول الهامشية، وأصبحت هذه المنتجات الثقافية المحلية في هذه الدول من أفلام وموسيقى وكتب غير قادرة على منافسة وكالات الإعلان والترويج التي تقدم المنتجات الثقافية للدول المركزية التي لا تستطيع الشركات المحلية النجاح فيها.
  - أصبحت الدول الهامشية أسواقا للمنتجات الثقافية للدول المركزية التي تتميز بالجزارة والوفرة والجودة في التقنية ما فتح شهية شركات الإعلام المتعددة الجنسيات والتي تتمركز في أوروبا وأمريكا للدخول إلى هذه الأسواق.
  - فعلى الرغم من أن أغلب الأخبار التي تبث عبر القنوات الإعلامية في العالم تحدث في الدول النامية أو الدول الهامشية، فإن الدول الغربية هي من يسيطر على تدفق هذه الأخبار، فالدول المركزية هي المنتج والبائع للأخبار الدولية والدول الهامشية تقف موقف المستهلك فقط للمنتج الغربي. وفي هذه المعادلة يمكن القول: أن الدول الهامشية تصنع الحدث، والدول المركزية تصنع منه الخبر الذي تستهلكه الدول الهامشية.
  - أسس النظام الإعلامي الجديد:** تقوم المبادئ العامة للنظام الإعلامي الجديد على أسس كثيرة ومتعددة تتحصر في الأسس التالية<sup>(27)</sup>:
  - أن الحرية لها مدلول إن لم تحمل في طياتها روح المسؤولية حتى لا تكون إعاقة بالنسبة لحرية أهم منها.
  - التعددية في مستوى الأجهزة الإعلامية تقتضي بحتمية تعدد مصادر الأخبار وتنوع الإنتاج.
  - الانتفاع الحر بمصادر المعلومات ونقل المعلومات نفسها وتأويل الوقائع وكذلك الحق في التصويب هي شروط أساسية، ليس فقط بالنسبة للمهنة الإعلامية فحسب، بل كذلك بالنسبة للجمهور في جملة على مستوييه الفردي والجماعي.
  - إن على وسائل الإعلام والاتصال وفقا لقواعد حسن السلوك أن تحافظ على استقلالها واستقلال بلدها وأن تكون لسان دفاع عن حقوق الإنسان وأن تشهر بأشكال العنف والإجراءات الاستثنائية والاستبدادية والمخالفات التي ترتكب ضد هذه الحقوق.
  - لا ينبغي لوسائل الإعلام والاتصال أن تكون أدوات سيطرة وهيمنة وعليها أن تراعي قيم كل أمة من الأمم وتاريخها كما ينبغي ألا يكون دافعها نزعة الإثارة من أجل الكسب السهل.
3. **النظم الإعلامية العربية:**



استمد الإعلام العربي فلسفته من فلسفة السلطة العربية فهو إعلام سلطوي الفلسفة والمنهج<sup>(28)</sup>، فالصحافة العربية نشأت وترعرعت في السلطة، من سلطة المستعمر إلى سلطة الدولة المتحررة، فانقسمت الممارسة الإعلامية في مرحلة الاستعمار إلى نوعين تابعة للمستعمر ومدافعة عن مصالحه من جهة، ومقاومة للاحتلال من جهة أخرى.

أما في مرحلة الاستقلال الوطني، فقد أحكمت السلطة العربية قبضتها على وسائل الإعلام، واعتمدت عليها لتثبيت شرعيتها وسيطرتها على كافة شرائح المجتمع العربي وتميز الإعلام بكونه أحادي الجانب ويعتمد على تدفق متواصل من أعلى السلطة إلى الجمهور، ويعبر عن رأي واحد وهو رأي السلطة، كما يمارس الإعلام الدعاية السياسية ويتعامل مع المادة السياسية التي تتعلق بالمسؤولين بمنطق القداسة، حتى تغطي على الساحة الإعلامية وتترتب في مقدمة الأخبار، وتحضي بالأولوية في التقديم والمعالجة.

وعلى الرغم من الإمكانيات الضخمة التي يملكها الإعلام الرسمي فهو يتميز بقلة المعلومات وضعف المراقبة الموضوعية للقضايا والأحداث، كما يتميز بالجمود والرتابة بحيث توضع البرامج المقدمة في نمط ثابت لا يكاد يتغير مع اتخاذ أقصى درجات الحذر عند الإقدام على أي تغيير مهما كان بسيطاً، ضعف الكفاءة المهنية للعاملين في مجال الإعلام بسبب عدم مراعاة المهنية الدولية. ويتميز الإعلامي الرسمي العربي أنه إعلام أسس على قاعدة غير تجارية وربحية، وبناقض هذا الإعلام نفسه كون المعايير التي يعمل على إنشائها في المجتمع ليست ثابتة وإنما يميلها عليه الآخرون. كل هذه العوامل وسعت الفجوة بين الإعلام العربي وجمهوره، فعندما تقتضي السياسة الإعلامية أن يجاري الإعلام الحكومة في سلوكها واعتبارها التي يتطلب منها أحياناً الصمت أو الاقتضاب حيال بعض الأحداث المتغيرة، بينما ينتظر الجمهور من هذا الإعلام أن يقدم له أجوبة وإن تكن غير رسمية حول الأسئلة التي تدور في خله، وإلا فإنه سوف ينصرف عنه اتجاه أي إعلام يؤمن له حاجاته للاطلاع والمعرفة .

### **1.3 واقع الإعلام في الوطن العربي:**

يعاني الإعلام في الوطن العربي من إشكاليات عديدة ومهمة سياسة اقتصادية وتنظيمية، بعضها يرتبط بالمكونات الموضوعية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية، وبعضها الآخر يعد نتاج حالات ذاتية للشعوب والمجتمعات، وهذه الإشكالات تعد جميعها مؤشراً واضحاً على حالات التخلف أو قريبة من التخلف اتصالياً وإعلامياً، ويمكن القول أن التخلف الإعلامي جزء من تخلف عام اقتصادي، اجتماعي وسياسي، وفي مرحلة أخرى يعكس عدم التوازن بين مكونات الإنتاج وبين الأدوات المستعملة في ذلك.<sup>(29)</sup>

وتخضع سياسة الاتصال المتغيرين أساسين هما: ملكية وسائل وبنية النظام السياسي، فالسياسة الإعلامية تمثل الممارسة السياسية مع الإشارة إلى جوهر العلاقة بين التمثيل والممارسة، وبين ما هو

حقي وما هو ظاهر، أما بنية النظام السياسي فإنها تؤثر في تحديد مضمون الخطاب الإعلامي من جانب وتقنين الإعلام من جانب آخر.

وقد وظف صناع القرار السياسي في الوطن العربي وسائل الإعلام من أجل تشكيل رأي عام مساند لقراراتهم، كما أن السياسة الإعلامية العربية ما تزال غير واضحة في بعض الأقطار العربية على المستوى القومي، ولكن هناك أمور أقوى تجعل وسائل الإعلام الخاصة في دول عربية تهتم بقضايا الدول الأخرى من بين هذه الأمور: الانتماء القومي لهذه الوسائل.<sup>(30)</sup>

دعت اللجنة العربية لدراسة قضايا الإعلام والاتصال في الوطن العربي الحكومات والوزارات العربية المتخصصة، إلى دعم سياسات إعلامية واضحة وشاملة لكل قطر عربي تأخذ في الاعتبار الجوانب الخاصة بالعملية الاتصالية والإعلامية، ويشترك في وضعها إلى جانب المسؤولين الإعلاميين، مسؤولون في مجالات التخطيط والتنمية والتربية والثقافة والاتصال.<sup>(31)</sup>

ومن أجل إنجاح هذه السياسات توضع خطة إعلامية تهدف إلى تحقيق الأهداف الإستراتيجية التي تحددها السياسة دون أن يتعارض ذلك مع مبدأي الحرية والمسؤولية، وتتمحور نظرية الإعلام العربي حول ثلاثة أنماط من الممارسات الإعلامية وهي<sup>(32)</sup>:

- النمط الإعلامي السياسي المتمثل في الفكر الإيديولوجي.
- النمط الإعلامي العاطفي الذي يتجسد في تناول الموضوعات ذات العلاقة بوجدان ومشاعر الشعب العربي في عموم الوطن العرب .
- النمط الإعلامي التعايشي اليومي، الذي يجسد التعامل الموضوعي مع جميع الحقائق التي تخص الوطن العربي وملايين العرب، وأبعاد السياسة الإعلامية العربية والاتصالية هي: (البعد الاتصالي، البعد الاجتماعي، البعد التشريعي، البعد الاقتصادي والمالي، البعد التنظيمي والإداري، البعد التقني، بعد المعلومات، البعد المهني والإنمائي، والبعد الخاص بالبنى الأساسية المتصلة بالنشاط الاتصالي) .

### 2.3 خصائص النظام الإعلامي العربي:

وصفت بعض الدراسات العلمية خصائص النظام الإعلامي العربي بتشابه السياسة الإعلامية، وتوظيف الإعلام سياسيا ودعائيا وترفيهيا على حساب بقية وظائف الإعلام، ويمكن تلخيص أهم سمات واقع الإعلام العربي في النقاط التالية<sup>(33)</sup>:

- القطرية: يتميز الإعلام العربي عموما بطباعة القطري، وتشمل القطرية السياسة والإمكانات المادية والبشرية والخطاب الإعلامي عموما.ذ
- السلطوية : يزداد الطابع السلطوي التمجيدي للخطاب الإعلامي العربي .

▪ الابتعاد عن الواقع والجمهور: بحيث أن الإعلام العربي لا يقدم في معظمه صورة موضوعية عن الواقع الأمر الذي يجعله يفتقر إلى المصداقية والفعالية، كما أنه لا يقيم وزنا للجمهور، وهذا الأمر يزيد من عزلته.

وتسيطر على الخطاب الإعلامي العربي نزعتان: تتمثل الأولى في خطاب إعلامي إيديولوجي سلطوي لا يرى الآخر ولا يعترف حتى بوجوده، وأنه إعلام الضجيج والانفعال، وتتمثل النزعة الثانية في خطاب إعلامي يعتمد على واقعة المعلومة، وينهمك في تقديم سيل من المعلومات ذات المصادر والمضامين المختلفة ويقدمها هكذا من دون عملية وعي تحكم انتقاءها وأساليب معالجتها وطرق تقديمها الأمر الذي يؤدي إلى تلقي الفرد كما من المعلومات أكثر من مقدرته على متابعتها وفهمها.<sup>(34)</sup>

ويميل النظام الإعلامي العربي والنظرية التي يعمل من خلالها أن يتخطى الحقائق السياسية والاقتصادية، وحقائق أخرى تسود ذلك البلد، ولا يأخذ الإعلام العربي مكانة في أي من أحد هذه التصنيفات المعيارية<sup>(35)</sup> (السلطوي، المؤيد لمذهب الحرية، مسؤولية المجتمع، دكتاتوري استبدادي)، بشكل كامل ومحدد فهناك بعض العناصر من كل التصنيفات الآتية الذكر في الوطن العربي، وتميل حكومات الأقطار العربية لأن تكون سلطوية أيضا، معتمد على النظرية العامة نفسها، إذ يقوم الإعلام في النظام السلطوي بدعم وتعزيز سياسات الحكومة التي تسيطر على الإعلام بطريقة مباشرة أو غير مباشرة والتسلط الإعلامي هو من صميم التسلط السياسي والتبعية الاقتصادية والثقافية.

### 3.3 عوامل قصور الإعلام العربي:

يعاني الإعلام العربي من حالة كبيرة من القصور ويمكن أن نرجع أسباب هذا القصور إلى عدة عوامل منها:

▪ طبيعة الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية السائدة في المنطقة العربية، بما تحمله من مظاهر التخلف والفقر والامية الأبجدية والثقافية، فضلا عن سقوط معظم دولها في نظم حكم فردية أو قبلية أو عسكرية، وكلها في النهاية غير ديمقراطية إضافة إلى الصراعات الكامنة أو المتفجرة المعرقة.<sup>(36)</sup>

▪ طبيعة مهمة وسائل الإعلام: وهي تحددها نظم الحكم المسيطرة على معظمها سيطرة كاملة مهمة سياسية دعائية إعلامية، ترتبط بأهداف النظام الحاكم وتبرز سياسته وتخفي أخطائه وتهاجم خصومه<sup>(37)</sup>، حيث حددت أهداف الإعلام في إطار أهداف السلطة، فتتحكم السلطة في وسائل الإعلام وفي حركة تدفق المعلومات، ولذلك فهي تقوم بمهمة وحيدة الاتجاه من القمة إلى القاعدة أي أنها تعطي للرأي العام ما تريد القيادة الحاكمة أن تعطيه له فقط وبنظام الجرعات المحدودة.

- لم تستطع الدول العربية مواكبة التطور التكنولوجي الحاصل في مجال الاتصال وهذا ما جعل الدول الغربية تستمر في احتكار التقنيات، وتضغط من خلالها على دول العالم الثالث ومنها الدول العربية.
- يفقد الكثير من الإنتاج الإعلامي العربي إلى المضمون الجيد الذي يستمد من العمق الحضاري للأمة العربية، كما أن قلة الإنتاج الإعلامي العربي يؤدي غالبا إلى استحالت وضع خطة برامجية شاملة ومتوازنة، قادرة على تحديد نسب متوازنة للمواد والبرامج المختلفة حيث أولويات المجتمع العربي وتنميته، وتجنب الإفراط في اهتمامات على حساب اهتمامات أخرى. ففي ظل غياب الديمقراطية ومع التحكم في حرية الإعلام وعدم الاعتراف واقعا بحق لكل مواطن في الاتصال وتبادل المعلومات رغم النصوص الدستورية والقانونية، وفي ظل العقبات التقنية والبشرية الأخرى، تبدو وسائل الإعلام في البلاد العربية شبه عاجزة عن التقدم نحو أداء مهامها الإعلامية والسياسية من ناحية، وعن الإسهام في خلق مناخ التحدث والتقدم من ناحية أخرى.<sup>(38)</sup>

#### 4. النظام الإعلامي في الجزائر:

إنّ الحديث عن النظام الإعلامي في الجزائر يقودنا حتما إلى التطرق للظروف التي أحاطت بنشأة الصحافة، وعلاقتها بالمراحل التاريخية التي مرت بها البلاد، من المرحلة الاستعمارية إلى مرحلة الاستقلال، مرحلة التشريع ثم مرحلة الانتقال الديمقراطي والتعددية الحزبية.

#### 1.4 ظهور الصحافة في الجزائر:

ظهرت الصحافة في الجزائر بقدوم الحملة الفرنسية لاستعمار الجزائر، صنفها زهير احدان في عدة أنواع حسب الجهة التي تنتمي إليها كما يلي:

1/ الصحافة الحكومية الرسمية(التابعة للاستعمار): التي كانت موجهة في البداية إلى المعمرين وجنود الحملة الفرنسية، أو إلى الأهالي كوسيلة لتوصيل الرسائل التي توجهها الإدارة الفرنسية للسكان الأصليين، مثل صحيفة المبشر التي ظهرت سنة 1847.

2/ الصحافة الاستعمارية: التي كانت تعكس مواقف ورؤى الفرنسيين والأوروبيين.

3/ الصحافة الأهلية: التي كانت تابعة للأفراد والجماعات من الأهالي كما كان يطلق عليهم في تلك الفترة، مثل صحيفة الحق التي ظهرت في عنابة سنة 1893 والمصباح التي صدرت في وهران سنة 1904.<sup>(39)</sup>

لتظهر بعد الحرب العالمية الثانية الصحافة الوطنية التي تصدرها الحركات الوطنية (الأحزاب والجمعيات التي كونت الحركة الوطنية)، في شكل أسبوعيات أرغمتها الإدارة الفرنسية على الصدور

سرا بعد انطلاق الثورة التحريرية، وحتى هذه الفترة لم يظهر التلفزيون بعد في الجزائر إلا سنة 1956.

وعاشت الصحافة الجزائرية في هذه الفترة عدة أشكال من القمع والاضطهاد والمراقبة، بحيث لم يكن بإمكان الصحافة باللغة العربية أن تتطور.

بعد الاستقلال سنة 1962 في الفترة ما بين جويلية ونوفمبر ظهر عدد من الصحف التي تعكس مختلف الاتجاهات السياسية، فاستقدمت صحيفة المجاهد الأسبوعية التي كانت تصدر في تونس كصحيفة لحزب جبهة التحرير الوطني، وصحيفة *Alger Republican* التي تحمل النزعة الشيوعية، وصحيفة حزب الشعب، لفترة قصيرة تم بعدها منع صحيفتي الحزبين (الشعب والحزب الشيوعي) بعد منع الحزبين، وأصدر حزب جبهة التحرير الوطني ثلاثة عناوين لتدعيم مكانته في الساحة الوطنية تمهيدا لنظام الحزب الواحد، وأعلن البرلمان سنة 1963 الجزائر كدولة ذات نظام الحزب الواحد، فقدت الصحافة على إثرها تنوعها، وأعلن المكتب السياسي لجبهة التحرير الوطني في 17 سبتمبر 1963 تأميم عدد من الصحف مثل: *La dépêche d'Alger, l'écho d'Oron, La dépêche de Constantine*، وفي نفس الوقت تأسست وكالة الأنباء الجزائرية *APS*، وظلت صحيفة *Alger Republican* التي لم تطلها عملية التأميم إلى غاية 19 جوان 1965 تاريخ ما سمي بالتصحيح الثوري آنذاك. (40)

ويجب أن نسجل أنه بعد الاستقلال سنة 1962 ظهر صراع حاد على السلطة بين مختلف الأقطاب المشكلة لحزب جبهة التحرير الوطني حول الكيفية التي يجب أن تقاد بها الدولة، لكن قطاع الإعلام لم يشهد تغييرات كثيرة عما كان عليه قبل الاستقلال، فقد استمر يعمل بالقوانين التي صدرت في عهد الاستعمار منه قانون حرية التعبير الذي صدر في 1881، الذي كان ينص على حرية العمل الإعلامي وإنشاء مؤسسات إعلامية<sup>(41)</sup>، الذي أقره فيما بعد دستور 10 سبتمبر 1963 في مادته 19 حيث نص على حرية الصحافة والوسائل الإعلامية الأخرى، حرية الجمعيات، حرية الكلمة والتدخل عموما وحرية الاجتماعات<sup>(42)</sup>، لكن ظلت هذه القوانين حبرا على ورق وشعارات يتغنى بها المسؤولين في التجمعات والمحافل الدولية لكن ما ميز النظام الإعلامي في الجزائر حقيقة منذ الاستقلال حتى عام 1989 (التعددية الحزبية)، كونه نظام شمولي وهو مزيج بين النظام السلطوي والنظام الشيوعي، يخدم نظام الحكم والحزب الحاكم، حيث جاء في المادة الأولى من قانون الإعلام لسنة 1982 أن "الإعلام قطاع من قطاعات السيادة الوطنية. يعبر الإعلام بقيادة حزب جبهة التحرير الوطني، وفي إطار الاختيارات الاشتراكية المحددة في الميثاق عن إرادة الثورة وترجمة لمطالب الجماهير الشعبية. يعمل الإعلام على تعبئة كل القطاعات وتنظيمها لتحقيق الأهداف الوطنية".<sup>(43)</sup>

**2.4 قطاعات الإعلام في الجزائر بعد عام 1989:**

لمعرفة طبيعة الإعلام في الجزائر، يجب التمييز بين قطاعين اختلفت علاقتهما بالسلطة السياسية خاصة بعد أن عرفت الجزائر التعددية السياسية التي أقرها دستور 23 فيفري 1989، قطاع الصحافة المكتوبة والإعلام السمعي البصري.

**1/ قطاع الصحافة المكتوبة في الجزائر:** لم تولي السلطة السياسية في الجزائر اهتماما بقطاع الصحافة المكتوبة بعد الاستقلال، لأنها كإعلام مقروء لم تكن لتشكل وسيلة ذات انتشار واسع مقارنة بالإذاعة والتلفزيون، كون نسبة كبيرة من الشعب كانت تعاني من الأمية، فكانت تتوجه فقط إلى فئة نخبوية ممن يحسنون القراءة، فكان القطاع يعاني من غياب إطار قانوني للعمل الصحفي ووضع سياسي غير مستقر، ما ساهم في عدم تطور الصحافة، بعد دستور 1989 عرفت الصحافة ثلاثة أنواع على الشكل التالي:

أ. **صحافة القطاع العام:** استمر مفهوم ملكية الدولة للمؤسسات الإعلامية والإشراف عليها بشكل مباشر، ولم يتغير هذا الوضع حتى بعد دستور 1989 الذي أشار صراحة إلى حرية إنشاء قنوات تلفزيونية ومؤسسات الإعلام، فقد بقي القطاع العام متواجدا إلى جانب القطاع الخاص. فالسلطة السياسية في الجزائر ليست مستعدة للانسحاب من الساحة الإعلامية حتى ولو كانت تحتكر الوسائل السمعية البصرية ووكالة الأنباء الجزائرية، فهي متواجدة عبر بعض العناوين الصحفية بتمويل وتوجيه مباشر من السلطة، لحماية وجودها حتى لا تكون طرفا منعزلا عن المجتمع.

ب. **الصحافة المستقلة:** ظهرت كنوع وكمصطلح بعد صدور المنشور الحكومي 04/90 سمح على إثره للصحفيين بإنشاء صحف مستقلة خاصة، والتحق بعض صحفيي القطاع العام بالصحافة المستقلة لأداء مهامهم الإعلامية ضمنها، وتم إلغاء وصاية وزارة الاتصال على القطاع في نفس الفترة بعد كانت الفكرة السائدة أن القطاع الإعلامي لم يصل إلى مرحلة النضج التي تسمح له بإدارة شؤونه. أوقفت عدة صحف عن الصدور بعد إعلان حالة الطوارئ في 9 فيفري 1992 ، ووجد إبعاد الصحافة المستقلة عن القضايا الإستراتيجية الكبرى المتعلقة بطبيعة النظام والتداول على السلطة، حجة له بذريعة هشاشة هذه الصحافة تارة والتحريض على العنف وتعطيل عمل قوات الأمن تارة أخرى.<sup>(44)</sup> كما شكل موضوع الإشهار نقطة حساسة بين السلطة السياسية والصحافة المستقلة لأنه يعتبر عصب الحياة لوسائل الإعلام والصحف التي لديها أقل من ثلاث صفحات من الإشهار لا يمكنها الاستمرار وسيكون مصيرها الإفلاس حتما، حيث صدر المنشور الحكومي رقم 626 المؤرخ في 19 أوت 1992، والذي يفرض على مؤسسات الدولة والإدارات

المركزية والمؤسسات العمومية بمنح إعلاناتها الإشهارية للوكالة الوطنية للنشر والإشهار ANEP ، التي توزعها بدورها على مختلف الجرائد دون أخذ اختيارات المعلنين بعين الاعتبار<sup>(45)</sup>، كوسيلة أخرى للضغط على الصحافة المستقلة ومراقبتها. كما بقيت كل المطابع عبر التراب الوطني محتكرة من طرف الدولة إلى غاية 2001، تاريخ إنشاء مطبعة خاصة بجريدتي *El Watan* والخبر، لتفقد الدولة أحد أدوات الضغط على هذا النوع من الصحافة.

ت. **الصحافة الحزبية:** وهي الصحافة التي تعبر عن فكر سياسي معين أو اتجاه أو مذهب أيديولوجي، وتعمل على الدفاع عن الحزب الذي يصدرها ليغلب عليها صحافة الرأي.<sup>(46)</sup> تعود الجذور التاريخية للصحافة الحزبية في الجزائر إلى فترة الاستعمار لتستمر لفترة قليلة بعد الاستقلال كما سبق وذكرنا في العناصر السابقة، وبقيت الساحة الإعلامية خالية من الصحافة الحزبية باستثناء صحافة الحزب الحاكم، منها صحيفة المجاهد لسان حال حزب جبهة التحرير الوطني إلى غاية التعددية الحزبية التي أقرها دستور 1989. بعد صدور مرسوم 3 أبريل 1990 ظهرت العديد من العناوين الحزبية، وصل عدد الصحف الحزبية في نفس السنة 37 عنوانا، لتختفي بعدها الصحافة الحزبية بصفة شبه كلية عام 1997<sup>(47)</sup>، يعود هذا التراجع إلى عدة أسباب منها احتكار الدولة للإعلان وضعف الثقافة السياسية للرأي العام الذي يعرف حالة من التوجس من الظاهرة الحزبية خاصة بعد الانفلات الأمني في البلاد.

**2/ قطاع السمعي البصري:** لطالما اعتبرت السلطة السياسية الحاكمة في الجزائر قطاع السمعي البصري قطاع من قطاعات السيادة الوطنية، حتى أنّ المشرع الجزائري لم يتطرق لهذا القطاع سوى ضمن إطار عام وفضفاض في قانون الإعلام للدولة الجزائرية لسنة 1982، نظرا لحساسية المؤسسات السمعية البصرية وخاصة التلفزيون، وكأنّ القانون جاء لينظم قطاع المطبوعات والصحافة المكتوبة فقط، وتكرر نفس الشيء في قانون 1990، الذي لم يضيف سوى حرية إصدار المطبوعات الحديث في بعض موادّه عن الأجهزة الجديدة مثل المجلس الأعلى للإعلام.<sup>(48)</sup> ففي المادة 14 من قانون 1990 أكدّ المشرع الجزائري على حرية إصدار النشريات، في حين تستثني المادة 56 من نفس القانون القطاع السمعي البصري وتتص على أن "يخضع توزيع الحصص الإذاعية الصوتية أو التلفزيونية واستخدام الترددات الإذاعية الكهربائية لرخص ودفتر عام للشروط تعده الإدارة بعد استشارة المجلس الأعلى للإعلام".<sup>(49)</sup> لتلغى هذه الهيئة فيما بعد بمقتضى المرسوم رقم 93\_13 المؤرخ في 26 أكتوبر 1993.

وفي ظل التطورات التي شهدتها الجزائر على الساحة الوطنية، والتطورات التكنولوجية وما أتاحتها من انفتاح على العالم، لم تجد الدولة بدا من الانفتاح على العالم عبر خوض تجربة البثّ

الفضائي وفتح قنوات تلفزيونية فضائية سنعرضها في العناصر التالية، ولم يعد قطاع السمعى البصري في منأى عن القطاع الخاص، وفتح المشرع المجال أمام الخواص لفتح قنوات تلفزيونية وإذاعية خاصة، على أن تخضع الممارسة الإعلامية في القطاع السمعى البصري الخاص لترخيص من قبل المجلس السمعى البصري، كما حددته المادة 38 من المشروع التمهيدى لقانون الإعلام 2002<sup>(50)</sup>، ورغم السماح بإنشاء قنوات تلفزيونية خاصة صبح قانونيا إلا أن الدولة بقيت متشبثة بهذا القطاع بشتى الطرق، وهو ما انشأ قنوات تلفزيونية جزائرية في المحتوى ومن حيث رؤوس الأموال ولكن يعتبرها المشرع الجزائري أجنبية، من حيث بلد البث والترددات التي تبث عليها، وظهر عشرات من القنوات منها: النهار، الشروق، الخبر، نوميديا، الجزائرية، الهدف، *Beur tv*، الوطن، دزاير، وغيرها من القنوات العامة والمتخصصة.

**3.4 أهم مميزات النظام الإعلامى في الجزائر:** تميز النظام الإعلامى في الجزائر بعدة خصائص ومميزات نذكر منها:

- تبعية الإعلام للسلطة السياسية بمقتضى النصوص والتشريعات (قانون 1982 وقانون 1990).
- الرقابة الرسمية على وسائل الإعلام بمقتضى التشريعات التي تحد من المبادرة والإبداع في العمل الإعلامى.
- تعدد جهات الوصاية بين الرئاسة والحكومة والحزب والوزارة الوصية، التي تمارس ضغوطات مختلفة على المؤسسات الإعلامية من جهة والإعلاميين من جهة أخرى.
- غياب قانون يحدد أخلاقيات العمل الصحفى وحدود مهنة الصحافة.
- عاش قطاع الإعلام في الجزائر مزيجا من الأنظمة الإعلامية التي تتغير بتغير النظام السياسى، فمن النظام السلطوى والاشتراكى، إلى النظام التتموى والمسؤولية الاجتماعية.
- عاش النظام الإعلامى ازدواجية في الرؤية والممارسة، وذلك من خلال السماح للقطاع الخاص بالعمل في مجال الصحافة المكتوبة واستمرار احتكار مجال السمعى البصري حتى فترة قريبة.
- يشترك النظام الإعلامى الجزائرى في كثير من النقاط مع النظام الإعلامى العربى، نتيجة لطبيعة الأوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي تعيشها البلاد، وغياب الديمقراطية الفعلية التي تؤمن بحق المواطن في الإعلام.
- السلطوية وتمجيد وسائل الإعلام خاصة العمومية منها للخطاب السلطوى الرسمى، التي تعتبر وسائل دعائية إعلامية ترتبط بنظام الحكم، في حين تفتقر وسائل الإعلام الخاصة لآليات الممارسة



المهنية للإعلام لافتقارها للميزات الضخمة من جهة وضعف التكوين الذي يعاني منه الكادر الإعلامي من جهة أخرى، فهي لا تعدو عن كونها إعلام استعراضي لا يقوم سوى بالضجيج.

- الابتعاد عن واقع الجمهور وافتقاره إلى المصداقية والفعالية.
- العجز عن مواكبة التطور التكنولوجي، وافتقاره إلى المضمون الجيد.

## ثانياً: التلفزيون الجزائري

### 1. نشأة وتطور التلفزيون:

التلفزيون وسيلة اتصال سمعية بصرية تعتمد أساساً على الصورة المتحركة، ولم يكن ظهوره فجأة بل كان نتيجة تضافر جهود عوامل كثيرة وفرت له جميع متطلباته، ولم يظهر التلفزيون في الجزائر فور ظهوره وانتشاره في الدول المتقدمة، لذلك ارتأينا أن نعرض إلى بدايات التلفزيون في العالم.

كانت أولى تجارب إرسال الصور عن بعد انطلاقاً من الصور الثابتة في منتصف القرن التاسع عشر، واستعمل الألماني دي كورن الصورة التلغرافية سنة 1905، ولعل أهم الأبحاث والدراسات التي ساعدت على ظهور وتطور التلفزيون هي أعمال الألماني *P. Nipkow* الذي اخترع عام 1884 اسطوانة متقوية لتركيب الصورة، يمكن للضوء الذي يمر من خلالها أن يقسم الأجسام المصورة كهربائياً إلى عناصر خلية تكوّن في مجموعها صورة من الصور، ثم طور الباحث الأمريكي *Ch. F. Jenkins* مبدأ نيكوف عام 1890 ولكنه لم يتمكن من ترجمة أبحاثه وأفكار غيره من أمثال ماركوني حتى عام 1925، حيث قدّم الإثباتات الميكانيكية على قدرة البثّ التلفزيوني.<sup>(51)</sup>

وكان لظهور تكنولوجيا الإلكترونيات في العشرينيات من القرن الماضي الدور الكبير في ظهور التلفزيون، حيث تبين للعلماء أنه من الممكن تحويل الطاقة الضوئية إلى طاقة كهربائية، وهو ما مكّن من حل المشاكل التي كانت تعترض تطبيق أعمالهم، ويعتبر عام 1927 موعد ظهور التلفزيون في المخابر وتاريخ أول إرسال لبرنامج تلفزيوني على الهواء مباشرة بين ولايتي نيويورك وواشنطن، وبدأت الدول ابتداءً من عام 1930 التجارب العلمية خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية، إنجلترا، فرنسا، ألمانيا، إيطاليا والاتحاد السوفييتي سابقاً، إلا أنّ إنجلترا كانت السبّاقة في بثّ البرامج في صورة منتظمة عام 1936.<sup>(52)</sup>

بعد أن وضع *Jhon Baird* أول تصميم عملي للتلفزيون، كما استطاع فيما بعد أن يخرج للـ *BBC* في نفس السنة برامج تجريبية يومية، وبدأ البثّ المنتظم لبرامج التلفزيون سنة 1939، حيث تمكنت كلّ من بريطانيا وألمانيا تغطية أربع ساعات يومية للبثّ.

أوقفت الحرب العالمية الثانية تطور التلفزيون حتى عام 1945، حيث بدأت الولايات المتحدة الأمريكية في إنتاج الأجهزة التلفزيونية بشكل واسع نظرا لإمكاناتها الاقتصادية والفنية، فكان عدد الأجهزة في تلك السنة حالي المليون، وعدد المحطات التلفزيونية 24 محطة تذيع في 51 مدينة رئيسية، وفي عام 1958 أصبح عدد المحطات التلفزيونية 529 محطة تغطي كل الولايات المتحدة الأمريكية، وعدد أجهزة التلفزيون 50 مليون جهاز، وعام 1970 أصبح عدد الأجهزة 140 مليون جهاز.<sup>(53)</sup>

أما في أوروبا فقد كان التطور التلفزيوني بطيئا بسبب الصعوبات الاقتصادية التي خلفتها الحرب، ففي عام 1948 كان يوجد محطة تلفزيونية واحدة في كل من الاتحاد السوفييتي سابقا، وفرنسا وإنجلترا، وفي عام 1957 كان عدد البلدان 70 بلدا، ومع ذلك فإن الإرسال التلفزيوني الواسع لم يبدأ إلا في الخمسينات، حيث تطورت صناعة التلفزيون وارتفع عدد أجهزة الاستقبال، وظهرت الشاشة الملونة في السوق الأمريكي وتعددت القنوات التلفزيونية، بينما لم تتعد في بلدان أوروبا الرائدة الفئتين حتى بداية الستينات من القرن الماضي، ولم يحل عام 1970 حتى عمّ الإرسال التلفزيوني معظم بلدان العالم، فامتد نطاقه في القارات الخمسة ولم يعد حكرا على الدول المتقدمة، حيث أنشأت عدة شبكات جهوية ودولية، كانت أهمها:<sup>(54)</sup>

- الشبكة الأوروبية المعروفة باسم *Eurovision* والتي تربط بها أكثر من ألف محطة.
- شبكة أوروبا الشرقية سابقا: *Intervision* والتي تربط بين محطات سبع دول من أوروبا الشرقية.
- أما في الشرق الأقصى، فقد أنشأت اليابان شبكة آسيوية تحت اسم *Asiavision* تربط البلدان الواقعة بين طوكيو وكراتشي.

تضاءلت فعاليتها جميعا نتيجة المنافسة القوية للشبكات والقنوات الخاصة العالمية المرتبطة برجال أعمال أو شركات عالمية (*CNN, Cnat+*... الخ).

ظهر التلفزيون بعدها في بعض البلدان العربية حتى قبل استقلالها، فعرفت المملكة المغربية البث التلفزيوني عام 1954، الجزائر والعراق عام 1956، لبنان عام 1959، سوريا ومصر عام 1960، الكويت عام 1961، السودان عام 1963، اليمن عام 1964، السعودية عام 1956، قطر عام 1970، البحرين عام 1973، عمان وفلسطين عام 1974.<sup>(55)</sup>

وتضاعف عدد محطات الإرسال التلفزيوني في البلدان العربية خمس مرات من 120 محطة سنة 1970 إلى 610 محطة عام 1988، ونفس الشيء يمكن قوله عن أجهزة الاستقبال التي تضاعفت نفس الفترة عشر مرات، حيث بلغت سنة 1988، 19 مليون جهازا، وبلغ عدد الأجهزة في الدول المتقدمة أكثر من 400 مليون جهاز بنسبة 353 جهازا لكل ألف نسمة.

أمّا في الدول النامية فقد بلغت أجهزة التلفزيون فيها 84 مليون جهاز بمعدل 29 لكل ألف نسمة، منها 90 جهازا لكل ألف نسمة في الدول العربية، هذه الإحصائيات تعود لسنة 1986<sup>(56)</sup>، حيث ارتفعت هذه البيانات في العصر الحالي.

وواصل تطور التلفزيون الذي استفاد من الثورة التكنولوجية الحديثة والأقمار الصناعية وتكنولوجيا الكابل، حيث أصبحنا نعيش البثّ الفضائي المباشر عبر الأقمار الصناعية ونشهد التقنيات الفضائية الرقمية والتلفزيونات التفاعلية.

## 2. نشأة وتطور التلفزيون الجزائري:

دخل التلفزيون إلى الجزائر أواخر الخمسينات أثناء الفترة الاستعمارية، وكان تواجهه محصورا في المراكز المدنية وما جاورها، أين تتموقع التجمعات السكانية التي يشكل المعمرون أغلبها، ولم تكن المحطة التلفزيونية إلا مجرد محطة إرسال فرنسية تعتبر صدى لمحطات التلفزيون الفرنسية هناك بباريس.<sup>(57)</sup>

ورثت الجزائر غداة الاستقلال الإذاعة والتلفزيون من الإذاعة والتلفزيون الفرنسي، بعد أن كرسّت اتفاقيات إيفان تبعية الإذاعة والتلفزيون الجزائري للسلطات الفرنسية ونصت على تأجيل موضوع البثّ في مستقبل هذه المؤسسة إلى مرحلة لاحقة.<sup>(58)</sup>

ومرّ التلفزيون الجزائري خلال تطوره بعدة مراحل وهي كما يلي:

### 1.2 التلفزيون في الجزائر المحتلة من 1956 إلى 1962:

ظهر التلفزيون في الجزائر في 24 ديسمبر 1956 حيث أنشأت السلطات الاستعمارية محطة التلفزيون بالجزائر العاصمة، وكانت محطة بثّ محدودة الإرسال تعمل ضمن المقاييس الفرنسية، ويعدّ استحداثها اهتماما بالمواطنين الفرنسيين المتواجدين بالجزائر، واقتصر بثّها على المدن الكبرى للجزائر أين أنشأت محطات إرسال ضعيفة موزعة على ثلاث مراكز في قسنطينة، الجزائر العاصمة ووهران، وكان التلفزيون في تلك الفترة يعبر عن لغة المستعمر، ويعزز تواجده، وكان أداة لربط الجماعات الأوربية بمحيطها الأصلي ووسيلة تذكرها دائما بحقيقة السلطة والأمن ويقوي إيمانها باستمرار الغزو والاستغلال. والتزم المسؤولون عن المحطة بصياغة برامج تخدم الاتجاه العام للخطة الاستعمارية وذلك لفرض رقابة قوية على كل إنتاجه.

كما كان يعمل على نشر شعارات وصور نمطية عن السكان الأصليين كونهم بدو يعيش معظمهم في الأرياف، لذلك لا يهتمهم التحضر والثقافة، همهم الوحيد الفلاحة، وهم متعصبون يرفضون الحضارة التي تقدمها لهم فرنسا، كونهم فريسة للإسلام ويرفضون كل ما لا يتطابق مع معتقداتهم الدينية.<sup>(59)</sup>

**2.2 التلفزيون الجزائري بعد الاستقلال:**

تم استرجاع السيادة على مباني الإذاعة والتلفزيون من الاستعمار الفرنسي في 28 أكتوبر 1962، بعد أن كانت بنود اتفاقيات إفيان تقتضي تبعية الإذاعة والتلفزيون الجزائري للسلطات الفرنسية.<sup>(60)</sup> وأمام هذا الإجراء قدم العمال الفرنسيون استقالاتهم، وتوقفت البرامج التي كانت تنقل من فرنسا إلى الجزائر.

ورفع التلفزيون الجزائريون الذين كانوا يعملون في التلفزيون على قتلهم التحدي للحفاظ على البث، لتشريع الجزائر بالاعتماد على نفسها، ووجهت الدعوة لكل الإطارات التي سبق لها العمل في مجال الاتصال في صفوف جيش التحرير الوطني إلى تسلم الإذاعة والتلفزة الجزائرية (RTV)، لترفع بذلك راية وشعار التحدي للنهوض بالمؤسسة الإعلامية وتسخيرها لمرحلة البناء والتشييد الوطني، وضرورة إعادة هيكلة مختلف مؤسسات الإعلام بالشكل الذي يسمح لها بالانخراط في المجهود الوطني وتحقيق أهداف المجتمع في الحصول على إعلام وطني مستقل يعبر عن اهتماماته ورغباته الإعلامية.

وتواصل البث الإذاعي والتلفزيوني دون تسجيل أي انقطاع، وأصبح المذيع من الميكروفون وأمام الكاميرا يقول: "هنا راديو وتلفزيون الجزائر" بدلا من هنا راديو الجزائر التي كانت تداع أثناء الاحتلال الفرنسي، وفي نفس اليوم تمكن الجزائريون من متابعة نشرة الثامنة التلفزيونية تحت راية الاستقلال المجسدة في العلم الوطني الذي نصب فوق مبنى الإذاعة والتلفزيون.<sup>(61)</sup>

واعتبرت هذه المرحلة نقطة تحول جذرية وتطلبت إعادة تنظيم الهياكل الإدارية، وإتباع سياسة محكمة في مجال التكوين المهني، وفيما يخص العلاقات الجزائرية الفرنسية في مجال السمع البصري والراديو والتلفزيون، فقد انتهى الأمر بتوقيع اتفاق بين الحكومتين في 23 جانفي 1963، تنص على التعاون في مجالي الراديو والتلفزيون، وتعهدت فرنسا بمواصلة تقديم مساعداتها الفنية والثقافية للجزائر.<sup>(62)</sup>

وقد رأت الباحثة من خلال التقديم لمراحل تطور التلفزيون الجزائري غداة الاستقلال بهذه الطريقة حتى نستطيع فهم طبيعة العلاقة بين التلفزيون الجزائري وجمهوريةه، وكيف بدأت هذه العلاقة وبذلك الطريقة والأثر الذي أحدثه تأميم التلفزيون في نفس المواطن الجزائري، كونه كان آخر مخلفات الاستعمار، ليصبح رمزا من رموز الاستقلال والسيادة الوطنية، واستكمالاً للجهد في جبهات القتال، للجهد ورفع التحدي بوسائل بسيطة وإمكانيات مادية وبشرية شبه معدومة من أجل رفع شعار الاستقلال، وكيف تبهت السلطات لهذه النقطة وتسويق صورة تلك العلاقة، وكيف انتهت لهذا الدور الذي يمكن ان تلعبه هذه المؤسسة الإعلامية وأهميتهن ومن ثم ضرورة تنظيمه وتكييفه مع ما يشهده الوطن من تطورات، عن طريق إعادة النظر في مختلف التشريعات، وإعادة بناء الإعلام وتدعيم مختلف البنى القاعدية، وتطوير مستوى الخدمة المقدمة من قبل هذه الوسائل.

كان أول مرسوم إعلامي خاص بتأسيس وتنظيم الإذاعة والتلفزيون الجزائري تحت سلطة وزارة الإعلام، والذي صدر في الأول من أوت 1963 يعتبرها مؤسسة عمومية تابعة للدولة، لها طابع تجاري وصناعي تتمتع بصلاحيات النشر الراديوي جرافي والمتلفز، وإلى غاية 1966 كانت تغطية التلفزيون تتحصر بالوسط في العاصمة وضواحيها على مدى مئة كيلومتر تقريبا، وبالغرب والشرق في مدينتي وهران وقسنطينة وضواحيهما.

تميزت السياسة الجزائرية في تلك المرحلة في مجال الإعلام وفي قطاع السمعى البصرى بتطوير الإذاعة والتلفزيون عبر ثلاثة محاور:

#### - الإعانات الحكومية والزيادة الكبيرة في الميزانية.

أصبح قطاع الإعلام يحظى بالاهتمام فقد خصصت أكثر من 70% من ميزانية الدولة المخصصة لقطاع الإعلام، للصحافة السمعية البصرية، حيث خصصت أكثر من 310 مليون دينار لميزانية تجهيز الإذاعة.<sup>(64)</sup>

#### - التوسع في شبكات البث الإذاعي والتلفزيوني.

بدأ الاهتمام سنة 1968 بتغطية الوطن كله بواسطة قناة هرتزية طولها 400 كلم، بهدف إيصال برامج التلفزيون إلى جمهور أوسع بما في ذلك سكان المناطق الجبلية. وأنشأت بذلك دار الإذاعة والتلفزيون بقسنطينة، وعدة محطات ربط، حتى أصبح بإمكان كل المناطق الشمالية التقاط برامج التلفزيون الجزائري، وذلك وفق الأمر رقم 67\_234 الصادر بتاريخ 9 نوفمبر 1967، والذي ينص في المادة 33 منه على أن: مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الجزائري ذات طابع صناعي وتجاري وتتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلالية المالية، وهي تابعة لوزارة الإعلام وتوكل لها مهام احتكار البث والتوزيع وتسويق البرامج الإذاعية والتلفزيونية عبر كامل التراب الوطني ومقرها الجزائر العاصمة.<sup>(65)</sup>

تم وفق هذا القانون الجديد الانطلاق في عملية النشر الإذاعي والتلفزيوني عبر جميع أنحاء الوطن. وتم توحيد البث العام للمناطق الشمالية عبر سبعة مراكز إرسال *V.H.S* في سنة 1970 وفي سنة 1972 أنشأت محطات للربط والتوزيع في كلمن سوق أهراس ومغنية، ثم أنشئت محطة جديدة بوهان سنة 1973، إضافة إلى توسيع محطة قسنطينة سنة 1974 لدعم المحطة المركزية وتخفيف الحمل الثقيل عنها. وأنجزت محطتان في كل من المدينة ومشرية في سنة 1975، وتم تنصيب أجهزة الإرسال بالهضاب العليا وتلمسان.

وسعت الجزائر إلى توسيع الاستفادة من التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال وذلك باقتحامها عالم الاتصال بالأقمار الصناعية بالتعاون مع البريد والمواصلات لتوسيع الشبكة.

وبحلول 1976 تم إنجاز محطات بالأخضرية، حاسي مسعود، ورقلة وغرداية لترتفع نسبة تغطية البث التلفزيوني للتراب الوطني في نفس السنة 95%، ثم 97% عام 1978. توسعت الشبكة لتشمل كل المناطق النائية من البلاد، وفي أواخر السبعينات تم الانتقال من نظام الأبيض والأسود إلى نظام تلوين البرامج، وتم توفير كل الأجهزة التقنية الخاصة باستوديو المخبر الخاص بتحميض الأفلام، وكانت الجزائر سباقة في بث البرامج بالألوان بالنسبة للوطن العربي أو العالم الثالث، وذلك سنة 1979.

بدأ بث نشرة الثامنة باللغة العربية في التلفزيون الجزائري سنة 1972، إلى جانب الحصص الثقافية والرياضية، وكان الإنتاج الوطني لا يتعدى 15,5%، حيث يطغى على البرامج التلفزيونية الجزائرية الإنتاج الأجنبي.<sup>(66)</sup>

#### - التوسع في شبكات الاستقبال الإذاعي والتلفزيوني.

اتبعت الدولة منذ الاستقلال سياسة مركزة على استيراد أجهزة الاستقبال وتحديد أسعارها خاصة بالنسبة للتلفزيون، وابتداء من سنة 1980 بدأت الجزائر في إنتاج هذه الأجهزة، لي طرح في السوق سنة 1983 تلفزيون من صناعة الشركة الوطنية للصناعات الالكترونية<sup>(67)</sup> واستطاعت الحكومة تشجيع اقتناء هذه الأجهزة بخفض أسعارها.

شهد التلفزيون الجزائري أوج عطائه خلال السبعينات والثمانينات، وبذلك استطاعت الجزائر في فترة وجيزة من تطوير القاعدة التقنية لوسائل السمع البصري على الصعيد المادي وعلى صعيد الوسائل. وتتمثل مصادر التمويل في الإعانة المقدمة من قبل الدولة ومداخل المؤسسة.

وركزت الدولة الجزائرية على تجهيز هذا القطاع من خلال المخططات الثلاثة الآتية<sup>(63)</sup>:

- المخطط الثلاثي الأول من 1967 إلى 1969.

- المخطط الرباعي الأول من 1970 إلى 1973.

- المخطط الرباعي الثاني من 1974 إلى 1977.

### 3.2 تطور التلفزيون الجزائري بعد سنة 1986: تأسست المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري في

هذه السنة بناء على المرسوم الوزاري 86\_146 المؤرخ في الأول من جويلية 1986، الذي تم بموجبه إعادة هيكلة مؤسسة البث الإذاعي والتلفزيوني (RTA) لإعطاء الميلاد لأربع مؤسسات عمومية هي:<sup>(68)</sup>

\_ المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري *ENTV*.

\_ المؤسسة الوطنية للإذاعة الصوتية *ENRS*.

\_ المؤسسة الوطنية للبث التلفزيوني *EN.T.D*.

\_ المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري *E.N.P.A*.

وقد جاء في المادة الأولى من المرسوم الذي تضمن إنشاء المؤسسة الوطنية للتلفزيون ما يلي: تنشأ مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي وصبغة اجتماعية ثقافية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، تسمى مؤسسة التلفزة الجزائرية.

المادة 02: توضع المؤسسة تحت وصاية وزير الإعلام.

المادة 03: يكون مقر المؤسسة في مدينة الجزائر.

المادة 04: تتولى المؤسسة الخدمة العمومية للبث التلفزيوني وتمارس احتكار بث البرامج التلفزية في كامل التراب الوطني.<sup>(69)</sup>

حدد المرسوم أهداف ووظائف المؤسسة التي تتمثل في الإعلام، التربية، والترفيه وذلك بإنتاج برامج متنوعة، إضافة إلى صيانة وتطوير وسائلها وأجهزتها التقنية وتسيير أرشيفها السمعي البصري. وأشار المرسوم إلى مصادر التمويل التي تتمثل في الإعانة المقدمة من قبل الدولة ومداخل المؤسسة، وفصل المرسوم في إدارة المؤسسة وطريقة عملها، حيث تسيّر المؤسسة من قبل مدير عام يساعده مجلس استشاري يتكون من ممثلي عدة مؤسسات في الدولة وعددهم 25 عضواً، كما تم تحديد النظام الداخلي للمؤسسة بموجب المرسوم الوزاري في 24 جانفي 1987.

وقد جاء ضمن اللائحة السياسية الإعلامية، إعادة هيكلة قطاع التلفزيون الجزائري لبناء مجتمع عصري، وتوفير جميع الشروط الموضوعية لتحديد النصوص الرسمية واللوائح السياسية المتعلقة بحق المواطن في إعلام موضوعي وشامل.

**4.2 التلفزيون الجزائري وإصلاحات سنة 1991:** طبقاً للمادة 40 من دستور فيفري 1989، تحول نظام الدولة الجزائرية من النظام الاشتراكي إلى نظام تعددي يسمح بإنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي، وصدر قانون الإعلام الثاني في سنة 1990 وجاء في مادته 02 أن القانون يعبر عما جاء في المواد 35، 36، 39 و40 من الدستور خاصة فيما يتعلق بالحريات الأساسية في التفكير والرأي.<sup>(70)</sup>

وجاء في المادة 12 من قانون الإعلام: تنظم أجهزة الإذاعة الصوتية والتلفزة وكالة التصوير الإعلامي، وكالة الأنباء التابعة للقطاع العام في شكل مؤسسات عمومية ذات طابع صناعي وتجاري طبقاً للمادتين 44 و47 من القانون رقم 88\_01 المؤرخ في 12 جانفي 1988، وعليه صدر المرسوم التنفيذي 21 أفريل 1991 رقم 91\_101 الذي قدم تصورات وأهداف جديدة مقارنة بمرسوم 1986.<sup>(71)</sup>

ويتجه هذا المرسوم الجديد نحو منح المؤسسة استقلالية أكثر والتخلص تدريجياً من الإشراف والإدارة المباشرة من قبل الوصاية المتمثلة في وزارة الاتصال والإعلام أو من يمثلها.

وحدد المرسوم مهام المؤسسة طبقاً لدقتر الشروط، وأهمها فتح المجال لتعدد مختلف الآراء والأفكار واحترام حرية التعبير، واحترام مبدأ المساواة كهوية عمومية للقناة، وتحديد بث البرامج الوطنية والقواعد العامة لبث الإعلان أو الإشهار.

وكذلك تعويض مجلس التوجيه بمجلس الإدارة يتكون من 10 أعضاء فقط لكنه يتمتع بصلاحيات أوسع، مهمته السهر على استقلالية الخدمة العمومية للتلفزيون واحترام ما جاء في دفتر الشروط، ويرأس مجلس الإدارة من طرف المدير العام للمؤسسة على عكس مجلس الإدارة السابق الذي يرأس من قبل وزير الاتصال والإعلام.<sup>(72)</sup>

وحدد المرسوم مهام ووظائف المؤسسة الوطنية للتلفزيون، باعتبارها مؤسسة للخدمة العمومية فإنها تضمن كل النشاطات كالأعداد والإثراء والإنتاج والتوزيع للبرامج على كامل التراب الوطني لأجل غايات محددة هي الإعلام والتثقيف والترفيه، وعلى المؤسسة ضمان تعددية واستقلالية المعلومة- وتشجيع الاتصال الاجتماعي المعد من قبل الحكومة والهيئات التابعة لها.<sup>(73)</sup> وعليه فإن المؤسسة وفي نفس الإطار يجب أن تقوم بالمهام والوظائف التالية:

- تغطية كل نشاطات الحكومة.
- تغطية الحملات الانتخابية.
- نقل مناقشات البرلمان.
- بثّ وتغطية البرامج ذات الطابع المتخصص كالأحوال الجوية.
- إضافة إلى الأشرطة الوثائقية والتحقيقات والمجلات المتعلقة بمختلف جوانب الحياة الوطنية والدولية، ويلزم كذلك دفتر الشروط والمرسوم المؤسسة بأن تبثّ على الأقل جريدين مصورتين في اليوم.<sup>(74)</sup>
- في مجال البرمجة فسواء كانت البرامج منتجة من قبل المؤسسة أو مستوردة أو منتجة إنتاجا مشتركا يجب أن تكون متنوعة وموجهة إلى جميع شرائح الجمهور.
- ويجب أن تكون البرامج الوطنية ناطقة باللغة العربية أو معربة أو مدبلجة بالنسبة للبرامج الأجنبية. ويحدد دفتر الشروط الحصص سنويا على الشكل الآتي:

- 40% للبرامج الوطنية.
- 30% من البرامج في مجال الخيال ويجب أن تكون وطنية.
- 60% من هذه البرامج يجب أن تكون ناطقة بالعربية أو مدبلجة.
- 10% من الإنتاج السينمائي يجب أن يكون وطنيا.
- 50% من الإنتاج السينمائي يجب أن يكون ناطقا بالعربية أو مدبلجا إلى هذه اللغة.

هذا الدفتر للشروط لا يمكن احترامه أو التقيد به بسبب قلة الإنتاج التلفزيوني الوطني وقلة الإنتاج السينمائي الوطني لذلك نجد التلفزيون يعتمد على البرامج الأجنبية كبرامج أساسية والبرامج الوطنية كبرامج مكملة وليس العكس.



أما بالنسبة للمداخل، فالمؤسسة مازالت تعتمد بشكل كبير على دعم الدولة، حيث قدرت الإحصاءات لسنة 1996 ميزانية المؤسسة 1,3 مليار دينار جزائري، وتمثلت مصادر التمويل في 58 % مساهمة الدولة، 33 % رسوم الجباية المحصلة، 8,6 % مداخل ذاتية.<sup>(75)</sup>

**5.2 البث الفضائي:** في ظل التطور الحاصل في مجال التلفزيون توجهت الجزائر إلى التجربة الفضائية وكانت بدايتها بإنشاء قناة تلفزيونية موجهة إلى دول شمال إفريقيا وجنوب أوروبا وهي قناة *Canal Algerie* في أكتوبر 1994، بدأت القناة ببث نشرة أخبار واحدة على الساعة السابعة مساءً، واليوم عددها ثلاثة نشرات، أما الحصة فهي أكثر من 11 حصة تلفزيونية وبذلك تطورت القناة وأصبحت تبث عبر النظام التماثلي في 28 أوت 2001.

في 5 جويلية 2001 كان الميلاد الرسمي للقناة التلفزيونية الثالثة عبر القمر الصناعي عربسات، والمتوجهة للجالية الجزائرية وللجالية العربية والوطن العربي، التي تبث حاليا سبعة برامج موجهة أساسا إلى العالم العربي لتمتين لغة التواصل العربي.<sup>(76)</sup>

وفي سنة 2003 تمت رقمنة كل استوديوهات التلفزيون الجزائري، وتراعي القناة الجزائرية الثالثة في بثها للبرامج الجزائرية الثالثة في بثها للبرامج الجزائرية نوعيتها، محتواها، وأهدافها وتقديم صورة فعلية للإعلام الجزائري، وهي ليست مستقلة بذاتها بل تعتبر جزءا أو برنامجا تابعا لمؤسسة التلفزيون الجزائري.

وفي إطار الانفتاح الإعلامي والثقافي والتخصص في المعلومة، أعلنت الجزائر عن افتتاح قناتين في فيفري 2009، وهما القناة الرابعة (قناة الأمازيغية)، والقناة الخامسة (قناة القرآن الكريم). وتوجد هذه القنوات الخمسة تقريبا على سبعة أو ثمانية أقمار صناعية كبث فضائي موجه إلى كل أنحاء العالم. وأنشئت هذه القنوات الفضائية لتحقيق مجموعة من الأهداف:

- سياسية: لتصحيح صورة الجزائر وتقديمها لعالم الخارجي في ظل الظروف التي عاشتها البلاد في تلك الفترة، وفي ظل التعقيم الإعلامي الخارجي.
- ثقافية: التعبير عن تقاليد وأصالة ولغة البلاد بهدف صيانة الروابط الثقافية والحضارية، وتمتين روابط الهوية بين الجالية المغتربة والوطن الأم.
- إعلامية: وذلك بتوظيف التلفزيون في اتجاه معين لخدمة المصالح العليا للوطن، والرد على الهجمات الإعلامية التي شنتها القنوات الأجنبية ضد الجزائر بتوفير جهاز إعلامي عظيم يلعب دوره في المجتمع بشكل إيجابي وأن يستعمل بطريقة عقلانية.<sup>(77)</sup>

**3. الخصائص الإعلامية للتلفزيون:**

تفوق التلفزيون بعد اختراعه على الوسائل الأخرى (صحافة وإذاعة) كمصدر من مصادر المعلومات والأخبار، ومعرفة الأحداث العالمية خلال ساعات وربما دقائق بعد لحظات وقوعها، وأصبح بذلك في تلك الحقبة ولفترة طويلة أقوى وسيلة للإقناع<sup>(78)</sup>، هذه المميزات جعلته يحتل مكانة هامة في حياة الأفراد والمجتمعات، ودخل التلفزيون كل الدول، وكل الأسر، وكل العالم، ومنها الجزائر لذلك اهتمت الدولة الجزائرية بهذه الوسيلة وبذلت في سبيل تطوير تقنياتها وطرق استقبالها لإيصال وتميرير الرسالة الإعلامية من خلال ما يبثه من برامج مختلفة، فهو يتميز عن الوسائل الإعلامية الأخرى بما يلي:

- يعتمد على السمع والبصر لذا يؤثر على الناس.
- وسيلة سهلة توصل الصوت والصورة دون بذل جهد.
- وسيلة لعرض الإعلانات.
- متوفر في كل البيوت.
- يختصر الزمن بين حصول الحدث وعرضه للناس.
- له القدرة على تركيز اهتمام الناس في أشياء محددة.
- عدساته تكبر صورة الأشياء التي لا تراها العين.
- قدرته على الانتشار.

كل هذه المزايا خصته بخصائص إعلامية نذكر منها:

**1.3 الاستحواذ:** تعد هذه الصفة من أبرز صفات التلفزيون، وهي صفة تملئها الطبيعة المادية للتلفزيون، فهو يسيطر على سمع المشاهد وبصره، ويركز انتباهه على صورة متحركة ناطقة متغيرة وبالتالي السيطرة على حواس الإنسان، عن طريق تقديمه للمعلومات التي يتعدّر نقلها عن طريق الكلمة المكتوبة أو المنطوقة أو المصورة إذا استعملت كل واحدة على حدة، فمن خلال التأثير الجمعي للكلمة والصورة والحركة والمؤثرات الصوتية يمكن جذب الانتباه.<sup>(79)</sup>

**2.3 التميز الفني بالصورة والحركة واللون:** يتميز التلفزيون عن سائر وسائل الإعلام هو اعتماده على حاستي السمع والبصر معا، حيث يكتسب المعلومات بنسبة تصل 90% عن طريق حاسة البصر، واستيعاب المرء للمعلومات يزيد بنسبة 35% عند استخدام الصورة والصوت معا، كما تطول مدة الاحتفاظ بهذه المعلومات عندئذ بنسبة 55%.<sup>(80)</sup>

ويقول بيار مارتيانو عن الصورة: "للصورة ميزة بالنسبة للنص المكتوب، فهي تنقل الرسالة فوراً في حين أن الكلمات تتابع وتتسلسل، فليس ممكناً التلطف بمجموعة من الكلمات في آن واحد، الكلمات تتسلسل تبعاً لنظام محدد في حين أن الرسالة المصورة تظهر من النظرة الأولى إليها." (81)

وقد أسست الصورة التلفزيونية لظاهرة إعلامية جديدة سميت بعصر الشاشة بالرغم من أن السينما هي التي أبدعت لغة الشاشة وأوجدتها، لكن التلفزيون طور هذه اللغة مضيفاً إليها مؤثرات الصوت المجسم والألوان المبهرة وتقنيات الكثيف والتركيز والتكبير والتصغير والدمج والفرز والإنزال والمزج والتسلسل... الخ، إلى ما هناك من تقنيات الإخراج وهو يستخدم في صورة كل مبادئ التأثير الحديثة في علوم نفس الحواس والاستقبال الحسي والإدراك. (82)

ما وجّه أنظار الباحثين نحو دراسة هذه الظاهرة، تمثل الصورة التلفزيونية مادة دسمة لها، وأضحت ثقافة الصورة التلفزيونية تحمل قيماً متماثلة متشابهة تقوم على الخطية والمعيارية، حيث يصبح الإنسان يفكر نفس التفكير، ويسلك سلوكاً شبه موحد، هذا الواقع قضى تدريجاً على التنوع الثقافي الحضاري الذي يميز جماعات متنوعة في اللغة، العادات والتجربة، والإحساس المشترك. (83)

كما أضافت الحركة للتلفزيون إمكانيات جديدة، ولا تزال مهارة المصورين تبرز في تقديم الحركة بشكل يشدّ المشاهد، ويطرد عنه الملل، ويزيد اللون من مقدرة التلفزيون على الإقناع بصورة هائلة، ويعطي إحساساً بالألفة والصدقة والواقع من خلال استعمال الصور والمؤثرات الصوتية والمكانية التي تتميز بالصدق والحقيقة. (84) ومن أهمّ المزايا التي يحققها التلفزيون الملون:

– تضفي الألوان على الأشياء المعروفة واقعية وتعرضها كما هي في الطبيعة.

– تساعد الألوان على التفريق بين الخصائص المميزة للأشياء.

– تساعد الألوان المشاهد على التذكر.

**3.3 التكرار:** من المعروف أن المعلومات التي يتلقاها الإنسان لا تستوعب بكاملها، كما يفقد نسبة كبيرة منها بمرور الوقت، ما يجعل عملية إعادة عرض المعلومات أمراً ضرورياً ليتم تثبيتها وإدارتها وتذكرها، والتلفزيون من أقدر وسائل الاتصال عموماً على التكرار وإعادة الموضوع بأشكال متعددة، حيث يظهر في كل مرة وكأنه موضوع جديد، وهذه الخاصية من أبرز عناصر التأثير. (85)

فالصورة التلفزيونية تفرض نفسها من خلال إعادة نفسها مرات عديدة، كما هو الحال في الإعلانات ونشرات ومواجيز الأخبار، يعكس الكلمة أو الفكرة المكتوبة التي لا تعاد إلا بإرادة من القارئ الذي في أغلب الأحيان لا يعيد قراءتها.

**4.3 نسبة الواقع إلى الخيال:** تمزج برامج التلفزيون في موادها ومواضيعها بين الواقع والخيال، فهناك برامج نسميها برامج واقعية تقدم واقع الحياة دون تغيير كبير عدى ما يتطلبه معالجتها وإعدادها فنياً وإخراجها لتقدم رسالة معينة للمشاهد، ومن أمثلة هذه البرامج، برامج الأخبار، الأشرطة الوثائقية،

الندوات، الأحداث السياسية والاجتماعية، كالمؤتمرات والحروب والحفلات والمسابقات الرياضية في جميع أنحاء العالم، تنقلها محطات التلفزيون من خلال البثّ الحيّ أو لحظة وقوعها. كما هناك برامج أخرى لا تعرض الواقع كما هو، وإنما تعرض خيالا مبنيا على الواقع وتعتمد على إبداع مؤلفيها، ومن أمثلة هذه البرامج: التمثيليات والإعلانات وبعض برامج الأطفال كالرسوم المتحركة... الخ. (86)

ومن الضروري أن نعرف نسبة الواقع إلى الخيال في البرامج، كون كثيرا من برامج الخيال تعتمد على العنف والخيال الجامح والقوى الخارقة في تصوير الحياة، وكثيرا ما يصاحب العنف ضالة في التفكير المنطقي السليم أو تهوينا من شأن منظومة القيم التي تحكم المجتمع. (87)

**3.5 القدرة على مخاطبة المشاهدين بشكل مباشر:** أعطى التطور في برامج التلفزيون من مختلف أنحاء العالم القدرة للمشاهد على الاتصال بمقدم البرامج مباشرة، على اختلاف نوع البرامج وطرح ما يشاء من أسئلة على الهواء مباشرة، كما سهّل عملية نقل الأخبار والأحداث الهامة لحظة وقوعها (المباريات الدولية)، ونقل الكوارث الطبيعية كالزلازل والبراكين والأعاصير.

وأصبح التلفزيون وسيلة تفاعلية، يحقق شكلا من أشكال الاتصال المواجهي، وهو الاتصال الذي يحرص المتخصصون في الإعلام على تفضيله وبيان تأثيره المميز على الاتصال في اتجاه واحد. (88) كل هذه الخصائص والمميزات التي ذكرناها أعطت التلفزيون أهمية كبيرة ودورا مميزا في مختلف الميادين التنقيفية، التربوية، الصحية، الاجتماعية، الاقتصادية والإعلامية، خلقت له آثارا نتيجة التفاعل الواقعي بين خصائصه وخصائص مشاهديه.

فالتلفزيون له تأثير إيجابي في نضج الشخصية وتنوع ميول الأفراد ورغباتهم من خلال مشاهدة برامجهم، وما يتضمنه من معلومات وخبرات وخلاصة تجارب في كافة المجالات يساعد على نضج هذه الشخصية، وما يضيفه من مكتسبات ثقافية، وعلمية وفنية، تساعد على النمو الشخصي والانفعالي والعقلي والعاطفي والنمو في القدرات والخبرات. وقدرته على تسيير الفهم والاستيعاب لما يقدمه من أخبار ومعلومات وبما لديه من طاقات فنية وجهود بشرية وآلية تقنيات علمية متطورة، تعمل على تحويل المجردات إلى محسوسات، لذلك يمتلك التلفزيون الأهمية في هذا المجال مما يجعله وسيلة ثقافية ناجحة، بما فيه من وسائل جذب وإغراء، ويعتبر التلفزيون وسيلة تقنية متطورة تساعد على حلّ المشكلات التعليمية والتربوية. (89)

كما أثار الباحثون في مجال الاتصال عدة قضايا وظواهر سياسية للتلفزيون مثل نشره للثقافة الجماهيرية، والثقافة الاستهلاكية، وتعزيزه لصور نمطية قد تقتضي تدريجيا على التنوع الحضاري، وأوضح إدغار موران أنّ الإنتاج الثقافي في الفضائيات الفرنسية يقوم على الصناعة بكميات كبيرة (صناعة الواقع) وأنّ المضمون الذي ينشره هذا الإنتاج المنمط يتجه إلى الاستجابة إلى رغبات

المستهلك وتوازنه ويخلو من أي تمييز ويفتقر إلى الإبداع الخلاق ويشجع على الابتعاد عن الواقع بما يوفره من ترفيه رخيص. (90)

#### 4. تسيير وتنظيم المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري:

تخضع المؤسسة الوطنية للتلفزيون لسلطة المدير العام، ويساعده في تسيير المؤسسة مدير عام مساعد ومجلس إدارة، هذا الأخير الذي يشرف ويهتم بالمسائل الحساسة والإستراتيجية، في حين يضمن المدير العام للمؤسسة تسيير وتنفيذ المهام والأنشطة التي يحددها مجلس الإدارة.

ويسهر على المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري عدة هيئات ومديريات تترتب وتتنظم في هيكلها التنظيمي وتتمثل في المديريات التالية:

**1.4 المديرية العامة (D G):** مكلفة بالسهر على السير الحسن لكل المؤسسة، وهي ممثلة بمدير عام ومساعد المدير العام.

**2.4 مديرية الأخبار (أو الإعلام):** وهي مكلفة باقتناء كل الأخبار والمعلومات الوطنية والدولية من أجل إقامة وإنجاز البرامج والحصص التي تغطي الأحداث، بغرض بثها يومياً للمشاهد وتنفرد بدورها إلى مديريتين: \_ مديرية الأخبار المكلفة بالجرائد المصورة.

\_ مديرية مكلفة بالحصص الخاصة.

**3.4 مديرية إنتاج البرامج:** مكلفة بإنجاز الإنتاجات السمعية البصرية من كل نوع، خاصة البرامج الفنية ذات الطابع التربوي الثقافي والتسليية، التي لها علاقة مباشرة بمهمتها.

**4.4 مديرية البرمجة:** مكلفة باقتناء، مراقبة وتنظيم البث لكل البرامج والحصص بغية بثها إلى الجمهور وفق التوجهات السياسية للبلاد، والمبادئ الأخلاقية للمجتمع الجزائري.

**5.4 مديرية المصالح التقنية والتجهيزات (D.S.T.E):** تسهر على استغلال وصيانة مجمل الهياكل الداخلية والتجهيزات الثابتة أو المتنقلة، وتطوير الإنتاج في المؤسسة وذلك بتحسين وترشيد استغلال كل التجهيزات والوسائل المتوفرة.

**6.4 مديرية الإدارة العامة (DAG):** تتمثل مهمة هذه الإدارة في تسيير كافة الوسائل المادية والبشرية والمالية للمؤسسة، وهي وحدها المخولة لاقتراح أي إجراء من شأنه المساهمة في تحسين التسيير والتنظيم العام في المؤسسة، في هذا هي تسهر على السير الحسن لمختلف مصالح مؤسسة التلفزة الإدارية والمالية الموجودة في كل مديرية تحت اسم SAF أي المصالح الإدارية المالية.

**7.4 مديرية العلاقات الخارجية:** وهي مكلفة باقتراح وتجسيد كل العقود والاتفاقيات والمعاهدات الثنائية والمتعددة الأطراف، التي تلتزم المؤسسة الوطنية للتلفزة بتنفيذها ومتابعتها بصورة مستمرة ومنتظمة.

**8.4 المديرية التجارية:** وهي مكلفة بإقامة العلاقات التجارية مع الخارج إما مؤسسات اقتصادية عمومية، أو خاصة بهدف التجارة وضمان المتابعة المنتظمة لها، كما تسهر المديرية على إنتاج بعض

الصور الإخبارية لوحدها أو بالتنسيق مع مؤسسات عمومية مثل (ANPA) و (A.N.A.F) بقسم البرمجة، يرأسه رئيس قسم البرمجة بمساعدة كاتب، ويقوم الاثنان بمختلف المهام أي بعملية الشراء ومراقبة البرامج، ثم برمجتها للجمهور المشاهد.<sup>(91)</sup>

**9.4 مديرية الأرشيف:** وتقوم بحفظ وتخزين كل المواد والبرامج والحصص المختلفة لاسترجاعها واستغلالها عند الضرورة.

**10.4 مديرية قناة الجزائر Canal Algérie :** وهي تابعة للمؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري موجهة إلى الجالية المقيمة في أوروبا.

**11.4 مديرية القناة الجزائرية الثالثة:** وهي تابعة للمؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري تبث عبر القمر الصناعي عربسات وهي موجهة بالأساس للعالم العربي.

**12.4 مديرية القناة الأمازيغية:** وهي تابعة للتلفزيون الجزائري وهي من القنوات العامة أنشأت في بداية 2009.

**13.4 مديرية القناة القرآنية:** وهي قناة موضوعاتية تهتم بالجانب الديني، أنشأت أيضا في بداية 2009.

كما يضم الهيكل التنظيمي للمؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري محطات جهوية هي: محطة قسنطينة، محطة وهران، محطة ورقلة ومحطة بشار. والملاحظ أنه منذ سنة 1997 لم تصدر مراسيم أو قرارات تعيد النظر في النظام الداخلي للمؤسسة خاصة بعد إنشاء القنوات الفضائية.

## 5. وظائف التلفزيون الجزائري:

يضطلع التلفزيون من حيث كونه وسيلة اتصالية جماهيرية بعدة أدوار، معظم هذه الوظائف ليست ثابتة، حيث أنها في تطور مستمر وتعدّد عبر مراحل معينة وتبعا للتطورات الطارئة على الواقع وكذا لمتطلبات المجتمع الذي يسهر على خدمته، وطبيعة هذا المجتمع من حيث درجة التطور الحضاري ونوع النظام السياسي.

ويقوم التلفزيون الجزائري بصفته مؤسسة عمومية بعدة وظائف فرضها وحددها دفتر الشروط، ويمكن أن نلخص أهمّ وظائف التلفزيون فيما يلي:

**1.5 الوظيفة الإخبارية (الإعلامية):** يلعب التلفزيون دورا هاما في تحصيل المعلومات التي يستقيها من مختلف المصادر، ويعمل على نقلها وتوصيلها إلى الجمهور، موظفا العلم والصناعة والتقنية المتطورة في تحقيق هذا الهدف، ولم يعد النقل المباشر للأحداث أو ما يسمى "البثّ الحيّ" أو البثّ على الهواء، قاصرا على الأحداث المحلية، بل امتد ليشمل أهمّ الأحداث العالمية، وذلك عن طريق البثّ التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية.<sup>(92)</sup>

يقول مارشال ماك لوهان في هذا الصدد: "منذ ظهور التلفزيون والجمهور لا يطالب بالعلم فحسب، بل يطالب بأن يعرف أيضا الكثير في جميع الميادين".<sup>(93)</sup>

وتأتي وظيفة الإعلام في مقدمة الوظائف المنوطة بالتلفزيون لما له من أهمية في توسيع الآفاق من خلال إعطاء الفرد الفرصة ليرى ويسمع عن أشياء لم يرها من قبل وأن يعرف أناسا لم يقابلهم قط.<sup>(94)</sup>

ولا يتوقف الأمر عند الاطلاع فقط، بل يقود ذلك إلى اكتساب معارف عديدة وفهم ما يحيط بالمشاهد من ظواهر وأحداث، كما يعرفهم بأشخاص ذوي أهمية في المجتمع، وبذلك تكون وظيفة الإعلام قاعدة أولى وأساسية لكل الوظائف الأخرى.

ويقتضي دفتر شروط إنشاء المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري بمتابعة النشاطات الرسمية لمؤسسات الدولة والإعلام والتبليغ وبتنفيذها وفق ما يقتضيه الصالح العام.

**2.5 الوظيفة الاجتماعية:** تصنف في صدارة الوظائف التي تؤديها وسائل الاتصال الجماهيرية، لأن علاقة التلفزيون بالمجتمع أو العكس تبدو في تطور مستمر منذ ظهور هذا الأخير الذي بات استخدامه يمس جميع ميادين الحياة الاجتماعية.

كما يعمل التلفزيون تحقيق التماسك الاجتماعي وذلك من خلال الشرح والتعليق على الأفكار والأحداث، وكذلك التنشئة الاجتماعية، ودعم الإجماع حول المواقف والقضايا المختلفة، إلى جانب مساعدة الفرد على دعم الهوية الشخصية وذلك من خلال دعم القيم الشخصية وأنماط السلوك والتوحد مع قيم الجماعة والمجتمع.

فالتلفزيون أصبح من أهم الوسائل التي تخترق المسافات الجغرافية والنفسية والإيديولوجية بين الأفراد والمجتمعات من خلال معالجة كل ما يمكن أن يشترك فيه أفراد هذه المجتمعات، ومن ثمّ يدعم التلفزيون الترابط الاجتماعي والتكامل ويروج لما يستحسنه المجتمع، كما يعمل على إحلال التآلف والتفاهم ودعم الروابط، وترسيخ التعاون والشعور بالانتماء إلى هذا المجتمع.

يعمل التلفزيون أيضا على معالجة المشاكل الاجتماعية خاصة عند الحديث عنه في خضمّ الإعلام المعاصر الذي وقعت منظّماته في دائرة التغيير بعيد المدى، وتعدّدت أدوار أجزاء بنيته الاجتماعية خاصة فيما يتعلق بالاتجاهات المتطرفة يمينا ويسارا<sup>(95)</sup>، فهو يركز على نقل صور عن الانحراف في المجتمع بصورة تجعل المشاهد ينفر من هذه الظاهرة، وكثيرا ما يسيء إليهم وكل ما من شأنه أن يزعزع أركان مجتمعهم.

فلقد ظل التلفزيون يسعى إلى تكوين كل ما هو مقبول ومستحسن في المجتمع أو على الأقل إلى نشر ثقافة التعاون لبناء مجتمع ناجح، رغم اختلاف المعايير فهو يعتبر دواء قادر على شفاء جميع الأمراض الاجتماعية التي يعاني منها المجتمع<sup>(96)</sup>، سواء كانت هذه التلفزيونات عمومية أو خاصة، وحتى لو بدت القنوات العمومية أكثر حرصا على استقرار المجتمع.

**3.5 الوظيفة التثقيفية:** تحظى الوظيفة التثقيفية بأهمية مميزة، ذلك أنّ الإنسان تزداد حاجته يوما بعد يوم إلى اكتساب معارف جديدة والتزود بثقافات معينة عما يجري في الواقع، أو ما كان يجري في الماضي لاكتساب طرق التكيف مع المشكلات والمواقف المختلفة، ومن ثمّ التمكن من إيجاد ثقافة تلائم العصر، وهذا هو المدخل إلى وظيفة التثقيف التي يقوم بها التلفزيون وكل وسائل الإعلام التي تؤدي وظيفة العمل على نقل التراث الثقافي من أجيال خلت إلى الجيل الحالي، مساهمة في تراكمه مع الثقافة الحالية لنقلها جميعا إلى الأجيال القادمة.<sup>(97)</sup>

ويركز التلفزيون في أداء هذه الوظيفة بالدرجة الأولى على الأجيال الناشئة بمحاولة تعريضهم إلى البرامج التي من شأنها أن تعطيتهم رصيذا ثقافيا يتلاءم مع أعمارهم، ثمّ تنمو هذه الثقافة المكتسبة مع الإنسان مع كلّ مراحل نموه، لتتشكل لديه في الأخير ثقافة متنوعة تمتد حدودها وفقا لقوة البرامج التي يتعرض لها، ووفقا لمدى قدرته على استيعابها من جهة أخرى، ولهذا فالتلفزيون يلعب دورا كبيرا في عملية نشر الثقافة شاملة لكل ما هو فني مناسب، ويقوم بدور ما في دفع المستوى الثقافي ونشرها على أوسع نطاق ممكن، وإذا كانت الثقافة شاملة لكل ما هو فني وأخلاقي وعقائدي وكل ما يحدده مثلا التعريف التايلوري للثقافة<sup>(98)</sup>، فإنّ التلفزيون يخصص برامج متنوعة للفنون بأنواعها كالرسم والموسيقى وغيرها، وبرامج للتوعية وأخرى للتوعية الدينية وبرامج في شتى فروع الثقافة، كما يحرص على إبراز أعمال المنقّفين ونقل كل جديد في هذا المجال.

**4.5 الإسهام في اتخاذ القرار:** إنّ الحصاص التي يضع فيها التلفزيون المسؤولين في حوار مباشر مع عامة الناس، من خلال طرح الأسئلة وعرض الاقتراحات، عن طريق الهاتف أو الحضور في المكان من شأنه أن يسهم بفاعلية كبرى في ترشيد اتخاذ القرارات، لأن معرفة تفكير الجمهور وآرائه ومتطلباته، تلعب دورا هاما في اتخاذ أي قرار، ولعل التلفزيون هو الأقدر في المساعدة على ذلك نظرا لما يمكنه أن يتيحه من مشاركة للجمهور، كما أنّ تغذية المناقشات بالمعلومات وإبراز رأي القادة وتوضيح الوسائل بشكل جلي، من شأنه أن يكون الذوق العام ويوجّه القرارات نحو وجهة ما.

**5.5 وظيفة التعليم:** لقد حرص التلفزيون منذ زمن على جعل برامجه ذات بعد تعليمي، إضافة إلى الأبعاد الأخرى، ذلك أنّ وظيفة التعليم التي يضطلع بها هي من بين أهم ما يؤديه، حيث يحاول التلفزيون ككل وسائل الإعلام تعليم المهارات المطلوبة، وتعليم الكبار القراءة، تعليم الأطفال، وتعليم المزارعين وسائل الزراعة الحديثة، وتدريب المهندسين والأطباء وتزويد العمال بالمهارات الفنية لتلبية احتياجات المجتمع، وتزويد الناس بأساليب العناية بصحتهم وقوتهم، وقد اوجد لهذا الغرض برامج متخصصة ومتنوعة، وتطور الأمر لتكون هناك فضائيات تعليمية متخصصة في السنوات الأخيرة.

**6.5 وظيفة الترفيه:** يصنف الباحثون أمثال ولبير شرام، شارزد داي، محمد منير حجاب وغيرهم وظيفة الترفيه من بين أهم الوظائف التي يؤديها التلفزيون وكل وسائل الإعلام، فالتلفزيون له دور في التسلية والمتعة والترفيه عن النفس، والتسلية لا تعني قتل الوقت وليست نقيضا للعمل المثمر، بل هي



جزء مكمل لحياة الإنسان، فمشاهدته لفيلم أو مسرحية أو سماعه للموسيقى يشعره بالراحة فينسى أتعاب عمله الذي أنهكته، إذن هذه الوظيفة تهدف إلى راحة الفرد وتنشيطه وتجديد نشاطه بعد التعب. وبالرغم من أنّ التلفزيون يرمي لترفيه الأفراد وأنستهم، إلا أنّ المادة الترفيهية التي يعرضها لا تخلو من التأثير عليهم، حيث تستغل رغبتهم في قضاء وقت ممتع لتقديم ما تريد أن تبثه فيهم من قيم وأفكار ومعتقدات، وعلى ذلك تعمل الطريقة التي تعرض بها هذه المادة على تثبيت القيم القائمة أو تعديلها أو السخرية منها.<sup>(99)</sup>

وقد عرف الترفيه عن طريق التلفزيون تعدد وجهات النظر حول ما هو الترفيه وما هو غير ذلك، وما هي البرامج التي تعد حقا ترفيهية، فقد يستعمل الفرد المضمون البرامجي لحصة معينة للتسلية، وهناك أيضا من التسلية ما يمجّد الجريمة ويصورها بطرق جذابة، لذلك وضعت المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري آلية لمراقبة مضامين البرامج، ومنع كل ما يتنافى وأخلاق المجتمع الجزائري وكل ما من شأنه التشجيع على العنف والجريمة من الظهور عبر شاشتها.

**7.5 وظيفة التربية النفسية والجمالية:** تشتمل البرامج التلفزيونية على عدة محتويات فنية متنوعة: مسرحية، سينمائية، موسيقية وغيرها واستيعاب مثل هذه المحتويات الفنية ضمن البرامج لا يكون اعتباطيا، وإنما وفق ما يعمل على تربية الذوق الفني والجمالي وترقيته لدى جمهور المشاهدين، ومن ثمّ يمكن للتلفزيون أن يجعل الجمهور يتلمس دلالات الألوان والصور، ودلالات الديكور ويتذوق الأعمال الفنية، ويميز بين ما هو جميل وما هو أجمل، ويتمكن من إصدار أحكام قيمة على الأعمال المسرحية والسينمائية المختلفة. كما يسمح التلفزيون بإبراز الكثير من المواهب في المجالات المتعددة، وهذا ما يصفقها وينميها ويدفع بها إلى التنافس بقوة.

**8.5 وظيفة التغيير:** يقصد بها القيم الاجتماعية وتكييفها مع تطورات العصر وإدخال قيم أخرى جديدة، وهي من بين الوظائف المميزة التي يؤديها التلفزيون حاليا، تشمل عملية تغيير أفكار الأفراد وعاداتهم وتقاليدهم وأنماط حياتهم، ويمتد الأمر إلى تغيير الفناعات التي تمتلك الأفراد، وذلك إما بإحداث ثورة على القديم بانتقال كل ما هو كلاسيكي قديم في صلاحيته تماما، وقليل ما يحدث ذلك، وإنما بمحاولة إقناع الجمهور بأنّ الأفكار والأنماط والمعتقدات القديمة لم تعد صالحة لهذا العصر وبالتالي ينبغي تغييرها أو إبدالها بقيم تتناسب أكثر وتتماشى مع المستجدات، وهذه الوظيفة قد تؤديها كل وسائل الإعلام على اختلاف طبيعتها، ولكن يعتبر التلفزيون أفضل وأخطر وسيلة إعلامية في جلب الاهتمام وغرس المفاهيم، وهو كذلك قوة يمكنها تغيير طبيعة المجتمع ذاته، وهو إحدى المنجزات الأساسية في تقديم المجتمع الإنساني.<sup>(100)</sup>

وقد مارس التلفزيون الجزائري هذه الوظيفة بمواكبة المراحل التي عاشها المجتمع الجزائري والتغيرات التي كانت تطرأ على الساحة الاجتماعية، الاقتصادية والسياسية، من خلال الحملات الإعلامية والحصص التلفزيونية التي كانت تبث خلال السبعينات والتي كان أغلبها حتى لا نقول

جميعها يحمل شعارات الثورة الزراعية، كما عمل التلفزيون الجزائري على محاربة وتغيير بعض العادات التي لم تعد صالحة للعصر من خلال الحث على تعليم البنات وخروج المرأة للعمل، كما أنتج أفلاما وحصصا تحمل فكرة تحديد النسل (مثل فيلم: عايش بطناش)، وبثه للمسلسل الأمريكي دالاس منتصف الثمانينات بعد الزيارة التاريخية التي قام بها رئيس الجمهورية الشاذلي بن جديد إلى الولايات المتحدة الأمريكية كخطوة لبدء التقارب بين البلدين، والتي يجمع الملاحظون في وقتها على أنّ بثّ ذلك المسلسل الذي يحمل الأفكار الرأسمالية لم يكن إلاّ خطوة لتهيئة المجتمع لتغيير النظام الاقتصادي، وغيرها من الأفكار والممارسات التي عمل التلفزيون الجزائري على تغييرها.

**9.5 وظيفة الإشهار:** يطلق عليها البعض وظيفة التسويق، وقد أثبتت الدراسات الحديثة أنّ التلفزيون لم يعد مجرد وسيلة لنقل الأخبار وتقديم المعلومات، بل أصبح وسيلة لها وزنها الكبير في عملية التسويق إلى درجة أنّ زيادة المبيعات وتحقيق الربح الذي تسعى إليه المؤسسة صار يتوقف على مدى الإشهار للمنتج المراد تسويقه.

وأصبحت المؤسسات والشركات الكبرى تبذل أموالا طائلة تقدر بالملايين للاستفادة من ومضة إشهارية في بعض الثواني أو الدقائق، وصارت تكلفة الإشهار في التلفزيونات التي تتمتع بإقبال جماهيري كبيرة، ونلاحظ أنّ بعض التلفزيونات أضحت تخصص اليوم نسبة كبيرة من وقتها للإشهار نظرا لما يذره هذا الأخير من أرباح.

وتركز الدول النامية على الإشهار التلفزيوني وغيره من الأساليب لإحداث التنمية التي تتوخاها هذه الدول، وتعتمد التلفزيونات في كل دول العالم وعلى اختلاف طبيعة ملكيتها على عادات الإشهار لتحقيق الربح وموازنة ميزانياتها بدرجة كبيرة.

ويقوم التلفزيون الجزائري بهذه الوظيفة بتخصيص مساحات زمنية للبثّ للإشهارات، أو عن طريق ما يسمى بالرعاية الإشهارية للبرامج، ولما كان مجال الإشهار محتكرا من طرف المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار إلى وقت قريب، فالمؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري لا تزال تحافظ على مكانتها المهمة بالنسبة للمؤسسات التي تريد تمرير رسائل إشهارية.

**10.5 وظيفة التنمية:** عملية التنمية ليست حكرا على دولة دون أخرى، لكنها أهم في الدول النامية التي تعدّ الجزائر واحدة منها، حيث تحاول معظم الأنظمة الحاكمة في هذه الدول إبقاء التلفزيون تحت سيطرتها طالما أنه يساهم في التنمية، وإذا كان شرام قد ركز على دور وسائل الإعلام في عملية التنمية وهي توسيع الآفاق، تركيز الاهتمام، رفع مستوى التطلعات نحو حياة أفضل، ونحو النمو، فإنّ التلفزيون يؤدي هذه الوظائف لجمعه الصورة والصوت، وهو ما يسمح بنقل صور عن حياة المجتمعات المتطورة، وهذا يبرز الدور المنوط بالتلفزيون في عملية التنمية بكل جوانبها وميادينها.

**11.5 الوظيفة السياسية:** إنّ ما يزيد من قيمة التلفزيون أنّه جهاز ينقل الأخبار والأحداث، لذا يمكن ربطه بالمجال السياسي من خلال تبصير الجماهير بالأحداث والاهتمامات السياسية، ولهذا الغرض

لطالما اعتبره القادة عاملا موجّها لإحداث التغيير السياسي أو المحافظة عليه، والتلفزيون باعتباره وسيلة للاتصال الجماهيري اعتمدته الدول لخلق الاهتمامات السياسية لدى المواطنين، وجعلهم يشتركون في السياسة وتنمية الروح الوطنية لديهم.<sup>(101)</sup>

إضافة إلى أنه أصبح أفضل وسيلة للاتصال بين الحكومات والمواطنين، فمن خلاله تقوم السلطة بتعريف مواطنيها بالقوانين والأنظمة التي تضعها، والإجراءات التي تنفذها وتنظم بها حركة المجتمع، ولم يعد ثمة شك في أن التلفزيون يتأثر بالظروف السياسية في كل بلد ويؤثر فيها في نفس الوقت.<sup>(102)</sup> ويلعب التلفزيون دورا هاما في معارك التنافس السياسي أثناء الحملات الانتخابية، حيث يجد فيه المترشحون منبر تأثير أقوى لإيصال برامجهم الانتخابية إلى مواطنيهم وكسب تأييدهم.

## 6. عملية البرمجة في التلفزيون الجزائري:

يتشكل مضمون التلفزيون من تسلسل مجموعة من البرامج التي تمثل التجسيد والمعالجة التلفزيونية لفترة معينة، ولأننا نعلم أنه ليس هناك نموذج موحد لتصوير الواقع، بل إن أي موقف أو فكرة تفترض استخدام طرق متعددة ورؤى مختلفة لتجسيدها، طرقا تخدم أهدافا إيديولوجية ودعائية مختلفة، تصور الواقع بصيغ يحكمها العمل الإبداعي، وهو ما استوجب وجود أنواع مختلفة من المعالجات الإعلامية أنواع مختلفة من المواضيع والأفكار، تخاطب أنواع مختلفة أيضا من الجماهير، أنتجت ما يسمى بالبرامج التلفزيونية التي تنقسم إلى مضامين إخبارية تعكس الواقع مباشرة، أنواع دعائية تعيد ترتيب ذلك الواقع بشكل يتفق ويتناسب مع المفهوم الرئيسي للبرنامج، وأنواع فنية تلفزيونية تخضع لقوانين التأليف المسرحي (الدرامي).

ويجب أن يضع التلفزيون الخطط البرمجية التي تكفل تحقيق الأهداف المسطرة كالإعلام، الترفيه، التوجيه والإعلان، لتجد البرامج المختلفة مساحتها الزمنية على خريطة البرامج وأسلوب وكيفية معالجتها وفقا للأهداف المسطرة، وغالبا ما تتبع محطات التلفزيون في تخطيط برامجها تقسيم السنة إلى دورات برمجية خلال فترات زمنية محددة، ويمكن للدورة أن تعطي فترة تتراوح بين ثلاثة أشهر إلى ستة أشهر، وقد تكون فترات أقل\_طارئة\_كفترات الحداد والأزمات ويراعى عند التخطيط لكل دورة آراء ورغبات المشاهدين الهامة كما يراعى في البرنامج التنوع والتوزيع حسب الظروف والمناسبات والساعات الملائمة طوال أيام الأسبوع.

إن القيام بعملية البرمجة يعني وضع قائمة من المواعيد الخاصة بالقناة، وهي تسيير الفضاء الزمني لثقافة التدفق<sup>(103)</sup>، حيث تتعلق البرمجة بوضع البرنامج في مكانه وليس في أي مكان كما هو الحال بالنسبة للتدفق، تتعلق أيضا بإظهار اختلافات في البرامج وليس في استمرارية القناة، فدور البرمجة داخل التدفق يكمن في إظهار حصص يمكن للمشاهد معرفتها وانتظارها، أي السماح بهذه المعرفة وهذا الانتظار، وعليه تكون وظيفتها طبع التدفق وإحاقه بمرجعيات ومواعيد دورية.<sup>(104)</sup>

وغالبا ما يقع خلط بين مفهومي البرنامج والبرمجة، لذا وجب وضع حدود بينهما، فالبرامج هي قائمة الأعمال التي تمر عبر القناة خلال زمن معين، تشير إلى شكل فني يشغل مساحة زمنية محددة، ولها اسم ثابت وتقدم في مواعيد ثابتة ومحددة، أما البرمجة فتعني ملء ساعات البث اليومي من أجل جمهور مستقبلي<sup>(105)</sup>، أي أنها انتقاء برنامج من قبل قناة ما من أجل بثه خلال ساعة محددة.<sup>(106)</sup>

تأسست البرمجة في التلفزيون الجزائري بمقتضى قرار جانفي 1987، حيث أنشئت مديرية البرمجة بالمعنى الحديث، ونص الفصل الثالث من المادة 12 المستمدة من القانون التنظيمي الداخلي للمؤسسة الوطنية للتلفزيون، على تولي مديرية البرمجة مراقبة جميع البرامج والحصص وتنظيمها وبثها.

تقوم الإدارة المشرفة أو المسؤولة بوضع دورات برمجية فصلية تتضمن العناصر المهمة والرئيسية لكافة البرامج التي ستقدم خلال الفصل مع حصة كل منها من ساعات البث، وتسطر الإدارة الأهداف العامة التي على ضوءها حددت تلك الحصص وما هو مطلوب من هذه البرامج. كما تقوم مديرية البرمجة بمعاينة وانتقاء وتركيب البرامج قبل إقرارها في الشبكة البرمجية إلى أن تقوم بإعداد الشبكة البرمجية بشكلها النهائي، اليومي، الأسبوعي أو الشهري.

#### 1.6 العوامل المؤثرة على البرمجة: تتأثر عملية البرمجة بعدة عوامل نذكر منها ما يلي:

1/ الجمهور: يتفق مسؤولوا البرمجة والباحثون في مجالها بأن هذه الأخيرة فن يستهدف إرضاء رغبات الجمهور من خلال التفاعل مع عادات المشاهدة ونسق الحياة الاجتماعية.

ويقول *Gazneuve* أنّ فن البرمجة حيوي من أجل غزو أجزاء من السوق، وعليه وجب أن يوجه من خلال معرفة جيدة بأوقات وعادات وحضور مختلف المستعملين، ويؤكد أنّ برمجة قناة ما تعني بصفة عامة، مغامرة جماعية تجمع بين أشخاص لهم أفكار يتقاسمون قيما ويحاولون أن يكونوا على علاقة بمجموعة أخرى أكثر عددا، إنه الجمهور، فالبرمجة تعني الانتباه إلى ما يريده الجمهور، ويشتمل على تحقيق لقاء الجمهور مع البرامج.<sup>(107)</sup> فتشتمل البرمجة على البحث عن أفضل تلاؤم بين البرامج المعطاة وحضور الجمهور المحتمل خلال وقت معين.

2/ البرمجة بوصفها بارعة ومخيبة: تبرع البرمجة من ناحية التأقلم مع محيط متغير تبعا لتطور أساليب الحياة الجديدة، وتطور المجتمعات وتطور اهتمامات الجمهور وحاجاته، وتبعا لنزوات المنافسين، ومن ناحية أخرى فهي مخيبة للآمال لأنها في آخر الأمر تخلق شبكات البرامج في التلفزيون متشابهة بقدر أو بآخر.

فرغم أن تضاعف قنوات التلفزيون أدى إلى إمكانيات الانتقاء بالنسبة للمشاهدين، لكن من المؤسف أن نلاحظ أنّ مختلف أنواع البرامج محدودة، حيث نجد تطابقا في البرامج المبنوثة عبر هذه القنوات،

لدرجة أنّ المشاهد اليوم يملك ما يقارب 1000 قناة تلفزيونية لا يجد حقا خيارات تتناسبه لأنّ محتواها تقريبا متشابه، هذا ما يجعل عملية تنظيم البث تحدث شيئا فشيئا.

**3/ السياسة الافتتاحية:** تترجم البرمجة السياسية الافتتاحية للقناة التلفزيونية على حد قول *Pascal Joseph* (الرئيس المدير العام لـ *IMCA, International média consultants associés*): تعني البرمجة إعداد شبكة البرامج والتخطيط المتوسط والبعيد المدى لحياة القناة، تنتج عن سيرورة معقدة، تقم العديد من الفاعلين، المسؤول الأول هو رئيس القناة ومجلس إدارته ومسؤولي البرامج... إنه من خلال حوار دائم بين هؤلاء المسيرين يتم إنجاز مشروع افتتاحي، يتم وضعه محل التنفيذ من قبل المصالح المعنية بالبرمجة في الحقيقة، إنّ البرمجة عبارة عن فعل تقني يترجم سياسة افتتاحية تسجل نفسها داخل مشروع المؤسسة، هذا المشروع يمكنه أن يتنوع من مؤسسة إلى أخرى، فمنطقيا المشروع لن يكون نفسه بالنسبة لقناة خاصة تجارية، وأخرى عمومية، والتي لها وظائف خاصة يجب أن تضمنها. (108)

ورغم هذه الأهمية الكبيرة التي تكتسيها البرمجة، إلا أنها تبقى الجانب المستتر في نشاط القناة التلفزيونية، والذين يعرفونها حقا هم المبرمجون، لأنهم هم من يحرر المجالات المتلفزة، في حين نجد أنّ المشاهدين مرغمين على إعادة تشكيل جدول أوقاتهم في شبكتهم الخاصة من خلال جمع البرامج المقترحة من مختلف القنوات وفي أغلب الحالات لا يشاهدون سوى برامج منعزلة، وحتى دون طرح التساؤل عن أسباب بثّ هذه الحصة في هذه الساعة أو في أي قناة موجودة. (109)

والمبرمجون هم أولئك الأشخاص الذين يعملون في الكواليس على تحضير وصياغة شبكة البرامج، محترفين وذوي خبرة، تتنافس الشركات العملاقة على توظيفهم والاستفادة من خبرتهم وخدماتهم وقدرتهم على المزج الغريب للتقنيات المنهجة بالحدس والأحاسيس لبناء شبكة برامج التلفزيون، بإمكانهم التدخل في تحديد كل محتويات البرامج باستثناء البرامج الإخبارية. (110)

لذلك وجب أن تتوفر فيهم مجموعة من الصفات:

- التميز بالقدرة على الإبداع في رسم خارطة برامج للقناة مع مراعاة سياستها الافتتاحية.
- يشتغل المبرمج في عالم الندرة لذلك يجب عليه بذل المزيد من الجهد والتعب لاستقطاب وشراء برامج متميزة وأصيلة.
- القدرة على المنافسة عن طريق قدرته على الإغراء وجذب أفضل المنتجين والمقدمين.
- القدرة على استقراء اهتمامات وحاجات الجمهور، ومحاولة تليبيتها وتسييرها بما يخدم سياسة القناة، فالمبرمجون يهدفون إلى الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المشاهدين وشدهم لأكبر فترة زمنية ممكنة.

– الاهتمام بقياس المشاهدة للتعرف على نوع البرامج التي يفضل الجمهور مشاهدتها وحجم المشاهدة والأوقات المفضلة لمشاهدتها، وتوفر تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الإعلام والاتصال طرق مختلفة لقياسها.

وسعيًا للوصول إلى وفاء وإخلاص المشاهدين، قام مدير برامج *Jean Satch RTLf* بذكر ثلاثة مفاهيم خاصة بالبرمجة العادية والبسيطة:

– المؤالفة العمودية: تعويد الجمهور على البرامج حسب إيقاع ساعات النهار حتى يمكن مشاهدتها فترة أطول.

– المؤالفة الأفقية: تعويد الجمهور على برامج زمن الذروة حتى تكون البرامج معروفة لدى المشاهدين قبل أن تبت.

– التفاعل: مفهوم ثالث يفرز البرامج التي تستطيع المشاهد متابعتها.

وحتى يحسن إدارة الوقت، كان لزامًا على المبرمجين المحترفين في الولايات المتحدة الأمريكية استخدام لغة خاصة بهم لتحديد تسمية كل فترة زمنية من شبكة البرامج خلال اليوم، تتبناها العديد من المبرمجين في العالم ندرجها فيما يلي: (111)

- الصباح المبكر: (*Early morning*) 6 سا\_9 سا.
- زمن النهار: (*Daily time*) 9 سا\_16:30 سا.
- والذي ينقسم بدوره إلى: صباحي: 10 سا \_ 12 سا.
- مساءئي: 12:30 سا \_ 16:30 سا
- مدخل إلى وقت الذروة: (*Access Prime time*) 19 سا\_20 سا.
- وقت الذروة: (*Prime time*) 20 سا\_23 سا.
- وقت الليل: (*Late Fring*) 23 سا\_1 سا.
- ما بعد الليل: (*Over night*) 2 سا\_6 سا.

**2.6 الشبكة البرمجية في التلفزيون الجزائري:** تنقسم الشبكة البرمجية في التلفزيون الجزائري إلى ثلاث شبكات: (112)

1/ الشبكة البرمجية العادية: وهي تنطلق من الأسبوع الثاني من سبتمبر، وتمتد إلى الأسبوع الأول من شهر جويلية من كل سنة، وتعتمد هذه الشبكة على البرامج التفاعلية الحوارية، الترفيهية، والبرامج الحديثة، درامية (مسلسلات، أفلام)، إضافة إلى برامج الأطفال ومختلف البرامج والحصص الخاصة.

2/ الشبكة البرمجية الصيفية: تلي الشبكة العادية مباشرة، وتمتد من الأسبوع الثاني من شهر جويلية إلى غاية الأسبوع الأول من سبتمبر من كل سنة، وتعتمد على إعادة بث أحسن البرامج التي تبث في الشبكة العادية، وهذا من أجل راحة المشاهد من جهة، وفتح المجال لفرق الصيانة والعتاد تمهيدا للانطلاق الجديدة للشبكة البرمجية التي تليها، ويغلب على برامج هذه الشبكة الطابع الترفيهي والمنوعات.

3/ الشبكة البرمجية الرمضانية: تسطر هذه الشبكة لشهر رمضان من كل سنة، وتتميز بخصوصية المناسبة، ويطغى عليها الطابع الترفيهي والثقافي والديني وتنافس مديرية البرمجة على اقتناء أحسن الإنتاجات التلفزيونية حتى تواكب شبكات البرامج العربية في هذا الشهر، كما تعتمد على إنتاج مسلسلات اجتماعية وطنية والمسلسلات الخفيفة لاستقطاب أكبر عدد من المشاهدين. وأصبح من المعروف أن جميع الإنتاجات العربية مسلسلات، حصص ترفيهية، برامج مسابقات، تسلية... الخ، يحضر لها طول السنة ويعمل على إنتاجها لتتنافس في شهر رمضان الذي يقاس على أساسه مدى نجاح الإنتاجات من عدمه.

3.6 تصميم الشبكة البرمجية في التلفزيون الجزائري: يتم تصميم الشبكة البرمجية في التلفزيون الجزائري عبر المرور بعدد من المراحل وهي كالاتي:

1/ المعاينة: حيث تأخذ مديرية البرمجة على عاتقها مسؤولية مراقبة كل ما يبث في التلفزيون الجزائري، حيث تتفحص كل أصناف البرامج حتى تحافظ على الخط الافتتاحي للقناة، واحترام القيم والعادات السائدة في المجتمع من خلال:

- \_ منع البرامج التي تروّج وتدعو للعنف.
- \_ منع المشاهد المخلة بالحياء.
- \_ منع برامج فيها مساس بسياسة الجزائر وسيادتها، أو تمس بعلاقتها مع البلدان الصديقة، أو تسيء إلى سمعتها.

2/ تصميم الشبكة البرمجية: تعمل مديرية البرمجة عن طريق المدير ومساعدته والدوائر الخاصة في المديرية، على تصميم شبكة برامج تلبي أذواق كل المشاهدين وتراعي مجموعة من الأسس منها:

- \_ تقييم الشبكات الماضية سواء كان هذا التقييم إيجابيا أو سلبيا.
  - \_ إعداد البرامج المتميزة.
  - \_ تلبية أذواق ورغبات الجمهور، عن طريق دراسة آرائه وتحليل طلباته.
- 3/ معايير ترتيب الشبكة البرمجية في التلفزيون الجزائري: تقسم اوقات البث في التلفزيون الجزائري كما يلي:

أ. الفترة الصباحية :

- من 7 صباحا إلى 10 صباحا: فترة خاصة بالنساء الماكثات بالبيت، تبث فيها برنامج بمواضيع متنوعة موجهة خصوصا لهذه الفئة من الجمهور (مثل برنامج صباح الخير).
- من الساعة 11 إلى الواحدة ظهرا: يعتبر توقيتنا ميتا تخصصه القناة لإعادة المسلسلات، أشرطة ترفيهية واسترخائية بالإضافة إلى أشرطة علمية.

ب. فترة الظهيرة: الواحدة ظهرا مخصصة لنشرة الواحدة، يليها مباشرة مسلسل مدبلج.

ت. الفترة المسائية: فيها برامج خفيفة موجهة للشباب، الأفلام الكرتونية، برامج غنائية وبرامج المسابقات.

ث. وقت الذروة: من الساعة 19 إلى الساعة 21، يكون هذا الوقت مميذا بسبب ارتفاع نسب المشاهدة وتمنح الأولوية للإنتاج الوطني، تخلله الأخبار في الساعة 20 مساء.

ج. من العاشرة مساء فما فوق: تخصص هذه الفترة للمسلسلات العربية والأفلام الغربية.

ح. منتصف الليل: النشرة الأخيرة للأخبار.

خ. الفترة ما بين نهاية النشرة الأخيرة وبرنامج الفترة الصباحية: تعتبر أيضا وقتا ميتا يعاد فيه

بث بعض البرامج التي تبث في الشبكة البرمجية اليومية. (113)

ويجب أن نسجل أن طبيعة ملكية التلفزيون تؤثر على شبكة برامجه، حيث تختلف شبكة البرامج في التلفزيونات العمومية عن شبكة البرامج في التلفزيونات الخاصة، ولعل أهداف وأدوار التلفزيونات العمومية نجدها منصهرة في شبكة برامجه، فعموما تبدأ القنوات التلفزيونية العمومية عادة بالبرامج الإخبارية والمدرسية، تيرمجها بمهارة، حيث تمزج الترفيه بالحصص التربوية، فيحكم طبعها القانونية، تجمع كل الحصص ذات المصلحة العامة مثل مناقشات البرلمان، الحصص الدينية، والمناقشات السياسية.

وتتوجه قنواتها الأولى في الغالب إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور، وتتضمن ثلاث طبقات من نشرات الأخبار التلفزيونية يوميا، ومواعيد زمن الذروة (*Prime time*) التي تسير إيقاع أيام الأسبوع.

وتشكل الأفلام الطويلة الركيزة الأساسية في البرمجة بفروق واضحة من بلد إلى آخر، مثلا

تيرمج *BBC* الأفلام بين الثانية بعد الزوال والرابعة أو في آخر السهرة.

فالحصص الترفيهية والبرامج الرياضية والأفلام التلفزيونية الوطنية تشكل حسب المادة

الأساسية في البرامج المقترحة، في حين *TVE* التلفزيون الإسباني يفتتح على عرض كليات ومجلات

متعاقبة وجريدة صباحية. (114)



رغم ذلك فإننا نلمس نوعا من الاختلافات في مضامين شبكة برامج التلفزيونات العمومية وذلك لاعتبارات مالية، فالقنوات العمومية في الأقطار الصغيرة ثرثارة تقليديا لأنها لا تمتلك الإمكانيات التي تسمح لها بالاستثمار الكبير في البرامج الأصلية والأفلام والحصص الترفيهية.

أمّا إذا عرجنا على واقع شبكات برامج التلفزيونات الخاصة فلا نجد مؤشرات جديدة على مضامينها، حيث تقدم نفس المفارقة، ففي مجمل شبكات برامجها توحى بالكثير من التماثل، تخصص سائر أوقات اليوم للنساء الماكثات بالمنزل، وتعرض بعد الزوال المسلسلات والحصص العلمية والألعاب التلفزيونية خاصة خلال فترة ما قبل الذروة لجذب الجمهور ليتابع النشرة الإخبارية، ثمّ تسعى برامج السهرة لنيل رضا أكبر قدر من المشاهدين تمثل هذه الفترة وقت المشاهدة القوي الذي تعرض خلاله الأفلام السينمائية، وتنقل المباريات الرياضية والحصص الترفيهية.

**4.6 مصادر الإنتاج في التلفزيون الجزائري:** مرّ الإنتاج في التلفزيون الجزائري بمراحل عدة، وتنوعت نتائج هذا الإنتاج بتعدد المراحل التي تعاقبت عليه، ويتفاوت هذا الإنتاج في النوعية والتقنية وطول المادة البرمجية ومضمونها، وينقسم من حيث مصادر الإنتاج إلى قسمين:

ـ برامج وطنية: من إنتاج جزائري محلي.

ـ برامج أجنبية: وتنقسم بدورها إلى نوعين: برامج ناطقة باللغة العربية، وبرامج ناطقة بغير

اللغة العربية.

كما يوجد هناك إنتاج مشترك مع مؤسسات وطنية وهيئات أجنبية، عربية وغير عربية، كما يوجد ما يعرف بشراء الحقوق. ويقتنى الإنتاج الأجنبي من عدة مهرجانات وتظاهرات عربية وغير عربية.

**5.6 أنواع البرامج في التلفزيون الجزائري<sup>(115)</sup>:** يمكن تقسيم أنواع البرامج التي يبثها التلفزيون الجزائري حسب الوظائف والأهداف التي تخدمها كما يلي:

**1/ البرامج الإخبارية:** تشكل الأخبار محورا أساسيا في البرامج التلفزيونية، لما لها من أهمية بالغة في إحاطة الجمهور بما يحدث في محيطه المحلي، الوطني، الإقليمي والعالمي، واستفادت الأخبار التلفزيونية من الإمكانيات التي أتاحتها لها التلفزيون من قدرة على نقل الصورة الناطقة المتحركة للمشاهد، فهو ينقل التصريحات والأحاديث المختلفة، ويعرض تقارير إخبارية، حوارات صحفية، ندوات وتغطية مختلف المؤتمرات والملتقيات التي تهتم بكل ما هو جديد على الساحة.

واستخدمت الأخبار المصورة للتأثير في مجالات السياسة والرأي العام، وأصبحت جزءا منتظما في التلفزيون<sup>(116)</sup>، والبرامج الإخبارية لا تنحصر فقط في نشرات الأخبار ومواجيز الأخبار فقط، بل تتمثل أيضا في الحصص التلفزيونية القارة والتي تخصص لتناول قضايا وأخبار معينة بمزيد من التحليل والتفسير، كالبرامج الحوارية.

ويبدو الصراع مشدداً أكبر من أي وقت مضى بين الكثير من القنوات التلفزيونية من أجل تحقيق سبق الصحفي وتقديم أكبر قدر من المعلومات والأخبار لجمهورها، لأجل ذلك أصبحت توظف أكبر عدد من المراسلين والمندوبين وإعطاء الفرصة حتى للمواطنين حتى يكونوا مصدراً لمعلوماتها. ويبث التلفزيون الجزائري مجموعة من البرامج الإخبارية المتنوعة منها: النشرات الإخبارية والجرائد المصورة، الحصص والمجلات الإخبارية، المواعيد المستديرة.

2/ البرامج الروائية: وتتطوي تحتها الأفلام الطويلة، المسلسلات، المسرحيات من مختلف البرامج الروائية التي يبثها التلفزيون الجزائري، وتعد التمثيليات التلفزيونية من أهم ما يربط المشاهدين بالتلفزيون، لأنها العماد الرئيسي في التسلية المنزلية، وتختلف التمثيلية عن المسلسل في كون التمثيلية تدور حوادثها من البداية حتى النهاية في وحدة واحدة تداع في حلقة واحدة، أما المسلسل فيتكون من عدة مواقف أو عقد مثيرة ومشوقة توزع على حلقات حتى يظل المشاهد مشدوداً إليها.

3/ البرامج الوثائقية: وفيها الأشرطة العلمية، المجالات والحصص الثقافية المختلفة وحصص التلفزيون المدرسي، تهتم هذه البرامج بنشر الثقافة والعلم، كما تساهم في التعريف بالتراث الحضاري للشعوب والأمم، ولعبت دوراً هاماً في توسيع معارف المشاهدين وتنمية مهارات حديثة لديهم من لغات مختلفة وبرامج تعليمية خاصة بالطب الوقائي والأمن الصناعي وغيرها من البرامج الوثائقية المختلفة.

4/ البرامج الرياضية: وتضم المقابلات والتظاهرات الرياضية، المجالات والحصص الرياضية، والنشرات الرياضية، وكل البرامج ذات الطابع الرياضي التي تتناول الأمور الرياضية، وقد تكون هذه البرامج إما مسجلة أو مباشرة، وتستقطب هذه البرامج جمهوراً واسعاً خاصة مباريات كرة القدم والرياضة الجماعية التي تحضراً بقاعدة جماهيرية واسعة من الجمهور الجزائري.

5/ برامج الأطفال: وفيها حصص الأطفال والرسوم المتحركة، ومختلف البرامج الموجهة لفئة الأطفال، وتهدف إلى توجيههم إلى الأنماط المقبولة اجتماعياً وتنمية ملكاتهم العقلية ومداركهم وزيادة معلوماتهم، وتوسيع معارفهم، إضافة على التسلية والترفيه عنهم. ويرى البعض أن هذه البرامج تزيد من قدرات الأطفال فكراً وثقافياً وتكسبهم عادات وتقاليد وقيم مرغوب فيها، فيما يرى البعض الآخر أداة استلاب وقهر ثقافي إذا لم تقدم بطريقة جيدة ولم يراقب محتواها خاصة إذا كانت برامج أجنبية.

6/ البرامج الدينية: الأحاديث الدينية المختلفة، نقل صلاة الجمعة والمناسبات والأعياد الدينية، والحصص الدينية، وكل ما يتعلق بالدين والعقيدة وكل ما يمت لها بصلة من نقل مباشر للصلوات، حصص الفتوى والابتهالات والأحاديث الدينية التي تهدف للتذكير والوعظ ونشر الوعي الديني وغرس التعاليم الدينية في أفكار الأفراد، وكل ما يمكن أن يرقى بالأفراد إلى الابتعاد عن الأفكار المتطرفة.

7/ الإشهار والإعلانات: يحتل الإشهار مكانة هامة ضمن الشبكة البرمجية لمعظم تلفزيونات العالم وأصبح يستحوذ على حصة الأسد في البرامج نظراً لكونه يمثل عصب استمرار التلفزيونات في النظام العالمي التجاري، يظهر الإشهار في فترات متداخلة بين البرامج.

8/ البرامج الترفيهية: من المعروف تاريخياً أنّ وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري التي تزداد آراؤها وأخبارها تقوم كذلك بتسليّة جمهورها، ويسود تعرف هو الأيسر للتسليّة من حيث أنها تمتع وتنبه وتسلي، (117) ينطبق هذا التعريف على البرامج الفكاهية والهزلية والأغاني والمنوعات، وحصص الألعاب المختلفة التي تجمع في كثير من الأحيان بين الترويح عن النفس وإنماء الذكاء تنشيط الذاكرة لدى الأفراد. وهناك اتفاق شبه تام على أنّ وسائل الاتصال الجماهيري ومنها التلفزيون تقدم كما هائلاً من برامج الترفيه، إذ يبلغ نصف محتواها برامج ترفيهية بشكل أو بآخر. (118) وهي كلها برامج يجب أن تتوفر فيها مجموعة من المعايير (119)، فيجب أن تحمل رسالة هادفة تخدم المجتمع والأسرة، وتخدم العلاقات والاحتكاك الدائم بين الجزائر ومختلف الدول.

### 7. الأخبار في التلفزيون الجزائري:

إن الحديث عن الأخبار في التلفزيون الجزائري يقودنا إلى المرور عبر تطور التلفزيون الجزائري في جانبه التنظيمي والقانوني إلى غاية إعادة الهيكلة وتأسيس المؤسسة الوطنية للتلفزيون، وانعكاسات هذا التطور على نشرات الأخبار ومصادرها وأشكال وأساليب التحرير والتقديم.

1.7 الأخبار المقدمة في التلفزيون الجزائري قبل سنة 1989: كان التلفزيون في تلك الفترة عبارة عن مديرية فرعية في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون تضم أربع مديريات فرعية (120): المديرية الفرعية للأخبار، المديرية الفرعية للبرمجة، المديرية الفرعية للبرامج الفنية والمديرية الفرعية للبرامج التربوية، تضم كل واحدة من تلك المديريات أربع مديريات فرعية أخرى. تعتبر المديرية الفرعية للأخبار أهم المديريات، وتستحوذ على هياكل ضخمة مقارنة مع المديريات الأخرى، إذ يضم جناح المديرية الفرعية حوالي 200 مكتب منها 20 مكتبا مخصصة كلها لإنتاج الأخبار. (121)

ويرأس المديرية الفرعية للأخبار مدير معين من قبل وزير الإعلام وهو المسؤول الأول أمام الوزارة بخصوص التحرير، وتتضمن أربع دوائر: دائرة الجريدة المصورة والحصص الخاصة، دائرة البرامج الاقتصادية والسياسية، دائرة الرياضة ودائرة المصالح التقنية المرتبطة بالوكالات البرقية والفيلمية والأرشيف.

وكان نظام الحكم في تلك الفترة اشتراكي، وهو الذي يحكم ويسير وسائل الإعلام وخصوصا التلفزيون، وأهم برنامج فيه هو الأخبار التي يديرها كما سبق وقلنا شخص يعين بقرار وزاري، تبنى الأخبار وفق تدرج هرمي بحسب رتب المسؤوليات والمهام المحددة للشخصية في هرم الدولة أو الحزب. وتبنى عادة النشرة الإخبارية وفق هذا الترتيب:

\_ الأخبار المتعلقة بالرئاسة.

\_ الأخبار المتعلقة بنشاط المجلس الشعبي الوطني.

\_ نشاطات الأمانة الدائمة للحزب.

\_ نشاط الوزراء.

\_ نشاطات محلية للولاية ومحافظي الحزب.

أما بالنسبة للأخبار الدولية فترتب حسب مبدأ القرب المكاني والإيديولوجي، وتكون بالشكل التالي:

\_ الأحداث الوطنية الأكثر رسمية.

\_ الأحداث الدولية المتضمنة للصراع والتوتر.

\_ الأحداث العامة وخاصة الرياضية.

وهو بناء تفرضه بهذا الشكل تبعية الأخبار المباشرة للسلطة على الصعيد الوطني والوكالات على مستوى المصادر على الصعيد الدولي.

ويعتمد التلفزيون في تقديم الأخبار على أهمية المصادر بنفس الترتيب المذكور أعلاه، حيث يترتب الرئيس في المرتبة الأولى والولاية ومحافظي الحزب في المرتبة المتأخرة بالنسبة لمصادر الأخبار على المستوى الداخلي، حيث نص الميثاق الوطني لسنة 1986 صراحة على أن حزب جبهة التحرير الوطني هو الأداة الموجهة للدولة والقائدة للشعب: "الحزب هو القوة الطلائعية لقيادة الشعب وتنظيمه من أجل تجسيد أهداف الثورة، وهو دليلها وأداتها في مجالات القيادة والتنظيم والتوجيه والتخطيط والتنشيط والرقابة، وبهذه الصفة يعمل دوماً على تعميق إيديولوجيته في نطاق التوجهات المحددة في هذا الميثاق". (122)

وكان التلفزيون الجزائري يعتمد خلال السبعينات والثمانينات في الحصول على الأخبار الدولية من وكالات الأنباء المعروفة مثل *AFP* وهي الوكالة الجزائرية وتملك مكاتب في الخارج كما يعتمد على وكالات الأنباء الفيلمية مثل: *Intervision Arabsat, ITN, Vis News, Eurovision*. (123)

أما على مستوى التحرير (124) (تحرير وتقديم الأخبار) فتميزت النشرات بالسرد سواء من حيث التحرير أو التقديم، وطغى عليها الأسلوب الأدبي، وتقدم الأخبار ضمن قوالب جاهزة سواء كانت وطنية أو دولية يطغى عليها نوع واحد من المقدمات تميل إلى الخطابة أكثر منها إلى التقيد بأساليب التحرير الإخباري.

وانعدمت روح المعالجة الإعلامية للأخبار الدولية حيث كانت تقرأ بنفس الطريقة التي ترد بها في برقيات وكالات الأنباء.

وتميز أستوديو الأخبار بصغر المساحة ويعمل بكاميرا وحيدة ثابتة مع انعدام العناصر المرئية أو الديكور الافتراضي، كما تميز مقدم النشرة بالحضور الرسمي والجمود وعدم الاندماج مع الخبر المقدم أو المقروء. (125)

وشهدت سنة 1986 إعادة هيكلة للمؤسسة الوطنية للتلفزيون ، وصدر مرسوم جانفي 1987 التنفيذي والذي يتضمن النظام الداخلي للمؤسسة وطرق تسييرها، بعد المرسوم الصادر في جويلية

1986 المتضمن إنشاء المؤسسة الوطنية للتلفزيون *ENTV* (كما سبق وتطرقتنا للموضوع)، وخصص المرسوم الفصل الأول للحديث عن مديرية الأخبار كما سنوضحه فيما يلي:

﴿ **مديرية الأخبار:** جاء في المادة 03 ما يحدد طبيعة المديرية في كونها مكلفة بجمع المعلومات والأخبار على المستوى الوطني والدولي، وتقديمها لبرامج وحصص لتغطية الأحداث يوميا. <sup>(126)</sup> وحدد المرسوم مهام المديرية في:

- ضمان التغطية الملائمة والمناسبة للأحداث الوطنية والدولية.
- إثراء البرامج الإخبارية والسهر على إنتاجها.
- تنسيق مختلف الأنشطة بجميع المصالح الإعلامية للمؤسسة.
- ترقية وتطوير الإعلام المتخصص.

ويشرف على مديرية الأخبار مدير يساعده مدير مساعد وهيكله كالاتي:

- رئاسات التحرير.
- هيئات تحرير متخصصة.
- أركان ( هناك ركن سياسي، ركن اجتماعي وغيرها من الأركان).
- قسم التنسيق.

وحدد المرسوم رئاسات التحرير بأربع رئاسات: رئاستان مكلفتان بنشرات الأخبار المصورة، ويشرف على كل واحدة منها رئيس تحرير، وتتكون كل واحدة من اثنين إلى ثلاث هيئات تحرير متخصصة خاصة بمتابعة وتغطية الأحداث الوطنية والدولية، وكل هيئة تحرير متخصصة تتضمن من اثنين إلى ثلاث أركان.

**2.7 الأخبار في التلفزيون الجزائري بعد سنة 1989:** شهدت سنة 1989 تغييرا في النظام السياسي للدولة الجزائرية بالانتقال من نظام الحزب الواحد إلى نظام التعددية الحزبية، ومنه التعددية الإعلامية، وعلى الرغم من ان مجال التعددية الإعلامية كان حكرا على قطاع الصحافة المكتوبة فقط، واستثنى قطاع السمعي البصري الذي أبقاء خاضعا لاحتكار الدولة ومؤسساتها، فهذا لم يمنع ضرورة تغيير تعامل المؤسسة مع المعارضة ومثليها، الذين لم يكن يسمح لهم لوقت قريب الظهور في التلفزيون الجزائري ولا تغطية نشاطاتهم التي لم تكن مرخصة وتجري في سرية تامة، وبالتالي الانفتاح على هذا النوع من الاخبار حتى وإن تراجع هذا الهامش من الحرية بعد إلغاء المسار الانتخابي، وإعلان حالة الطوارئ سنة 1991.

وشهدت مديرية الأخبار على المستوى التنظيمي تغييرا في النصف الأول من سنة 1996، حيث قسمت إلى مديريتين: مديرية الجرائد المصورة ومديرية البرامج الخاصة أو المتخصصة، ليعاد إدماج المديريتين في شهر جويلية من نفس السنة في مديرية واحدة وهي مديرية الأخبار.<sup>(127)</sup>

ويمكن رصد نشاط مديرية الأخبار في المجال الإخباري خلال عام 1996 في الأنشطة الآتية:<sup>(128)</sup>

1/ الجرائد المصورة: بلغ عدد النشرات المصورة يوميا 6 نشرات متتالية الأولى على الساعة السابعة صباحا، ثم نشرة الظهرية على الساعة الواحدة ظهرا، ثم النشرة باللغة الأمازيغية على الساعة السادسة مساء، وعلى الساعة مساء النشرة باللغة الفرنسية للقسم الدولي، النشرة الرئيسية على الساعة الثامنة مساء والنشرة الخيرة في تمام منتصف الليل.

2/ مجلات متخصصة بدون مقدم: وهي ثلاث مواجيز يومية، موجز اقتصادي، وموجز رياضي مباشرة بعد نشرة الثامنة، وموجز إخباري باللغة الانجليزية يبث مساء بالقسم الدولي.

3/ حصص متخصصة: تقدم بأشكال مختلفة وتتناول مجالات مختلفة وطنية ودولية.

4/ حصص خاصة: وهي حصص مناسبة بهدف الإعلام عن حدث أو قضية والتحسيس بها.

ويتجه هذا التغيير الجديد نحو منح المؤسسة استقلالية أكبر والتخلص تدريجيا من الإشراف المباشر من قبل وزارة الإعلام والاتصال.

**3.7 الأخبار في التلفزيون الجزائري حاليا:** يسهر القائمون على التلفزيون الجزائري على تلبية حاجات الجمهور الجزائري من خلال التوسع في القنوات والتوسع في الخدمة الإخبارية بصفة عامة، واعتمدت الباحثة على نتائج البحث التي توصل إليها الباحث محمد شطاح في دراسته "الأخبار في التلفزيون الجزائري"<sup>(129)</sup>، واستخدمت نتائج هذه الدراسة لتقريب الصورة فقط في الدراسة الميدانية، كون موضوع الدراسة لا يبحث في كيفية التنظيم داخل التلفزيون، ولكن في شكل الأخبار التلفزيونية، للتعرف على الطريقة التي يتعامل بها القائمون على الأخبار في التلفزيون الجزائري مع الأخبار، وطاقت نشرة أخبار الثامنة ومختلف الأشكال الخيرية التي يعتمد عليها في تقديم الأخبار، إضافة إلى كون المؤسسة الوطنية للتلفزيون مازالت تخضع لنفس المرسوم التنفيذي الصادر عام 1987 في تسييرها الداخلي إلى يومنا هذا، كل هذا مكن الباحثة من التمييز بين مختلف المديريات والوظائف الموكلة إليها من خلال التنظيم الداخلي الذي يعتمد عليه في المؤسسة الوطنية للتلفزيون وهي كما يلي:

1/ مديرية الأخبار حاليا: تعتبر وظيفة أساسية من وظائف التلفزيون وتحتل نسبة معتبرة من البرامج 20% من البرامج خلال سنة 2000، لترتفع إلى 28,74% عام 2002\_2003.

لكن مما جد على المؤسسة هو استحداث مديريتين *Canal Algérie*، ومديرية الجزائرية الثالثة، ويبقى العمل الإخباري مركزا على مديرية الأخبار التي تشرف على القنوات الثلاثة.

وتعتبر مديرية الأخبار هي المديرية الوحيدة في المؤسسة الوطنية للتلفزيون التي يشرف عليها مدير ونائب مدير، على أن يتمتع الاثنان بنفس الصلاحيات، نظرا للطبيعة الحساسة للمديرية التي تتطلب حضورا دائما للمدير أو نائبه، يأتي بعدها رئيس التحرير المركزي الذي تتمثل مهامه في :

- الإشراف على رؤساء التحرير والتنسيق بين مختلف رئاسات التحرير خاصة في قسми الريبورتاج والتحرير.
- الفصل في النزاعات بين رؤساء التحرير والصحفيين.
- إحالة بعض النزاعات إلى المدير العام.
- سلطة العقاب على رؤساء التحرير والصحفيين.
- المسؤولية على نشرات الأخبار شكلا ومضمونا.
- التكليف بالمهام بالنسبة للصحفيين والنظر في طبيعتها.
- الرقابة والسهر على احترام الخط الافتتاحي والسياسة العامة للوسيلة.
- التنسيق بين رؤساء التحرير ومدير الأخبار والمديرية العامة.

## 2/ أقسام مديرية الأخبار: تضم مديرية الأخبار الأقسام التالي ذكرها:

- أ. قسم الريبورتاج: يضم رئيس تحرير ونائبين، حيث يتكون من الركن الاجتماعي والاقتصادي والثقافي، والركن السياسي الذي يتولاه رئيس تحرير متخصص، يهتم هذا الركن بالسياسة الوطنية والقضايا المتعلقة بالجزائر.
- ب. قسم الحصص المتخصصة: يتولاه رئيس تحرير، حيث يهتم بالحصص الخاصة داخل شبكة البرامج.
- ت. قسم الأرشفة والتنسيق الإخباري: مهمته تزويد أقسام الأخبار بالمادة الفيلمية، واستقبال وحفظ المادة الخام فيلمية كانت أو صوتية، والتنسيق خلال النشرة الإخبارية.
- ث. قسم التنسيق الدولي والتبادل الإخباري: وله مهام عديدة من أهمها استقبال وإرسال المواد الإخبارية والتنسيق مع الأقمار الصناعية بمختلف أنظمتها، كما يتولى كذلك مهمة إرسال المادة الإخبارية للمراسلين في الخارج.
- ج. القسم الرياضي: يترأسه رئيس القسم الرياضي، حيث يقوم بمتابعة مختلف الأنشطة الرياضية الوطنية والدولية، وإعداد الحصص والبرامج الرياضية.
- ح. القسم التقني: ويضم المصورين والتقنيين، وهي فرقة دائمة وجاهزة خاصة بنشرات الأخبار.

خ. قسم الشؤون المالية والإدارية: ويتولى إنجاز المهام الإدارية كالتكليف بالمهام، صرف العملة الصعبة قصد التنقل إلى خارج الوطن، وحجز التذاكر والإشراف على مختلف حاجيات الصحفيين بالمديرية كاستخراج الوثائق الإدارية والإجازات وكشوف الرواتب... الخ.

3/ نشرة الأخبار الرئيسية في التلفزيون الجزائري: تعتبر النشرة الرئيسية أهم نشرة مقدمة في التلفزيون الجزائري، حيث تبث على القنوات الثلاثة في نفس التوقيت يوميا على الساعة الثامنة مساء، وتبنى على أساسها الشبكة البرمجية، وهي أقدم النشرات في التلفزيون الجزائري، وأكثرها مشاهدة من قبل الجمهور نظرا للتوقيت الذي تبث فيه (وقت الذروة) ولفئات الجمهور الذي يشاهدها، وهي نفسها الأسباب التي جعلت الباحثة تعتمد على هذه النشرة بالذات كمجال للدراسة\_ ويحدد توقيت حضور فريق عمل النشرة كالآتي:

الساعة الرابعة صباحا توقيت حضور فريق عمل النشرة الصباحية(السابعة صباحا)، الساعة الثامنة صباحا توقيت حضور فريق عمل نشرة الظهر، الساعة الواحدة ظهرا توقيت حضور فريق عمل النشرة الأمازيغية، والساعة التاسعة مساء توقيت حضور فريق عمل النشرة الأخيرة. هذا ولم تحدد مديرية الأخبار توقيتا لحضور فريق عمل النشرة الرئيسية، التي يبدأ التحضير لها مع بداية اليوم الإخباري.

4/ طاقم نشرة الأخبار الرئيسية: يتكون طاقم النشرة الرئيسية من صحفيي قسم الريبورتاج وصحفيي القسم الدولي، حيث يتولون معالجة البرقيات والملفات داخل قاعة التحرير، وقبل عرض وتقديم النشرة بساعة يقوم كل من رئيس التحرير ومقدم النشرة والمنسق بمراجعة المواضيع بصفة نهائية وكيفية تقديمها، يضاف إلى هؤلاء فريق من التقنيين بما فيهم رئيس الإرسال وكذا مصور كاميرا يتواجدان مع مقدم النشرة وذلك لتقديم عمل متكامل ودقيق خال من الأخطاء.

ويقوم طاقم تقني عادة قبل بدء النشرة بتفقد كل الأجهزة والتأكد من سلامتها لتفادي حدوث أي طارئ أثناء بث وعرض النشرة. ويجب أن يتواجد بغرفة الأخبار أثناء بث النشرة دائما رئيس التحرير، المكلف بالسكربت، الذي يكون على اتصال مع مقدم الأخبار، ويقوم بمراقبة التوقيت حسب ورقة الطريق.

5/ مصادر النشرة: يعتمد القائمون على الأخبار في التلفزيون الجزائري لبناء نشرة الأخبار على عدة مصادر تتوزع كما يلي:

أ. المصادر الخارجية: وكالات الأنباء التقليدية مثل *AFP, Reuteur*، حيث يتولى رئيس التحرير توزيع برقياتها على الصحفيين وتكليفهم بترجمتها وإعادة صياغتها بالأسلوب الصحفي، وتكوين ملفات بخصوص مواضيع معينة.



- كما يشترك التلفزيون في مجموعة من الوكالات الفيلمية مثل: *Vis New, Euro Vision* ومركز التبادل العربي *ASB4* ووكالة *Asia Vision* و *Afro Vision*، ووكالة خاصة بالأفلام والصور الرياضية وهي *ES Sport* والمركز الإخباري للتبادل العربي *A.S.B.U*.
- ب. المراسلون: تعاني نشرة الأخبار من قلة المراسلين الدائمين بالخارج حيث يلجأ التلفزيون في بعض الأحيان إلى الاستعانة بخدمات مراسلي بعض القنوات الأخرى.
- ت. المصادر الداخلية: وكالة الأنباء الجزائرية *APS* وتكتب برقياتها باللغتين العربية والفرنسية، إضافة إلى مؤسسات الدولة (رئاسة الحكومة، البرلمان، الأحزاب)، وتلعب المحطات الجهوية دورا بارزا في تغذية المحطة المركزية يوميا بالمراسلات عن مختلف الأحداث الوطنية والرياضية التي تقع في الدائرة الجغرافية التي تتواجد بها المحطة الجهوية.
- ث. الإنترنت: أوكلت للمديرية الفرعية للإعلام الآلي مهمة متابعة الموقع الخاص بالتلفزيون الجزائري، كما عملت المصلحة على جعل موقع التلفزيون بالإنترنت قناة رابعة للبث يطل من خلالها المشاهد على البرامج ويقدم خدمات مختلفة لا توفرها القنوات التقليدية، وكذلك البث الحي للقنوات عبر الإنترنت، وتعتبر الإنترنت من أهم المصادر التي يعتمد عليها الصحفي في جمع المواد الإخبارية عند الحاجة وحينما لا توفرها وكالات الأنباء.

### خلاصة

تعمل القنوات التلفزيونية عبر مختلف دول العالم وفق نظام إعلامي ينظم عملها ويحدد طبيعة علاقتها بالنظام الاجتماعي والسياسي الذي يحكمها، فلكل نظام سياسي نظامه الإعلامي الذي يجسد رؤاه وتطلعاته ويدافع عن أفكاره وتوجهاته، والعلاقة بين النظام الإعلامي في المجتمع والنظام السياسي هي علاقة جوهرية، فإن كل النظم السياسية بحاجة إلى أنظمة إعلام لتأكيد شرعيتها بالكيفية التي تجعلها موضوع قبول لدى الرأي العام.

وهي نفسها العلاقة التي تربط النظام الإعلامي في الجزائر وطبيعة النظام السياسي الذي يحكمها، يظهر ذلك من خلال التطورات التي شهدتها قطاع الإعلام في البلاد والتي واكبت مختلف المراحل التاريخية التي شهدتها الدولة، فمن مرحلة الاستعمار إلى مرحلة الاستقلال ثم بعدها مرحلة البناء والتشييد، ومن نظام الحزب الواحد إلى التعددية الحزبية، أثرت بدورها على تطور المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري ومنها على طريقة عرض ومعالجة الأخبار ضمنها.

## مراجع الفصل:

- (1) محمد سلمان الحتو : مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان الأردن ط1 2012 ، ص 310.
- (2) محمد عبد الحميد : نظريات الاعلام واتجاهات التأثير ، عالم الكتب ، القاهرة دط ، 1997 ص 339.
- (3) بيسيوني إبراهيم حمادة : دور وسائل الإعلام في صنع القرارات السياسية، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، 1993 ، ص 175.
- (4) حنان يوسف: الإعلام والسياسة، مقارنة ارتباطيه، أطلس للنشر والتوزيع، مصر، 2006، ص39.
- (5) كامل خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والإعلام، التطور الخصائص والنظريات، مرجع سابق، ص 242.
- (6) محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 339.
- (7) كامل خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والإعلام، مرجع سابق ص 245.
- (8) أحمد بدر: الاتصال بالجماهير ما بين الإعلام والدعاية والتنمية، دار المطبوعات ، الكويت ، 1982 ص 201.
- (9) عزيزة عبده : الإعلام السياسي والرأي العام، دار الفجر ، القاهرة 2004 ص 92.
- (10) فاروق أبو زيد: مدخل إلى علم الصحافة، عالم الكتب ، القاهرة 1997 ، ص 89.
- (11) بيسيوني إبراهيم حمادة: دور وسائل الإعلام في صنع القرارات السياسية، مرجع سابق، ص160.
- (12) محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق ، ص 340.
- (13) أحمد بدر: الاتصال بالجماهير ما بين الإعلام والدعاية والتنمية، مرجع سابق ص 215.
- (14) فاروق أبو زيد : مدخل إلى علم الصحافة، مرجع سابق ص (92-93)
- (15) بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان الأردن 2010 ص 186.
- (16) بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص 175.
- (17) كامل خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والإعلام، مرجع سابق، ص 261.
- (18) نبيل عارف الجردي: مقدمة في علم الاتصال، مكتبة الإمارات، 1980، ص 78.
- (19) محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق ، ص 344.
- (20)+(21) فاروق أبو زيد: مدخل إلى علم الصحافة، مرجع سابق، ص(95-96).
- (22) بسام عبد الرحمن المشاقبة: مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن 2009 ، ص (104-105).
- (23) محمد الهاشمي: الإعلام السياسي والدبلوماسي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2008 ، ص 201.
- (24) بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الاتصال، مرجع سابق ص 219.
- (25) المرجع نفسه، ص 228.
- (26) محمد الهاشمي: الإعلام السياسي والدبلوماسي، مرجع سابق ص ص (188-189).
- (27) بسام عبد الرحمن المشاقبة: الإعلام والسلطة، مرجع سابق، ص ص (250-251) .

- (28) \_ المرجع نفسه، ص 254.
- (29) \_ عبد الملك الدناني: البث الفضائي العربي وتحديات العمولة الإعلامية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2006، ص 45.
- (30) \_ جيهان رشتي: نظم الاتصال والإعلام في الدول النامية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1971، ص 27.
- (31) \_ عبد الملك الدناني: البث الفضائي العربي وتحديات العمولة الإعلامية، مرجع سابق، ص 48.
- (32) \_ جيار العبيدي، وهادي حسين علوي: مدخل في سياسة الإعلام العربي والاتصال، مكتبة الجيل، صنعاء، اليمن، 1993 ص 39.
- (33) \_ أديب خضور: دراسات تلفزيونية، سلسلة المكتبة الإعلامية، دمشق، 1996، ص 36.
- (34) \_ أديب خضور: أزمة إعلام أم أزمة أنظمة، المكتبة الإعلامية، دمشق، 2003، ص 7.
- (35) \_ عبد الملك الدناني: البث الفضائي العربي وتحديات العمولة الإعلامية، مرجع سابق ص 57.
- (36) \_ مي العبد الله: التلفزيون وقضايا الاتصال في عالم متغير، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، ط1، 2006، ص 85.
- (37) \_ *El kfiawaga. D. Le journalisme télévisuel dans le monde arabe : L'essor d'une nouvelle profession ,dans mondialisation et nouveaux médias dans l'espace arabe ,sous la direction de Franck Mermier ,Ed, Maison de l'orient et de la méditerranée, Paris, France, p 16.*
- (38) \_ مي العبد الله: التلفزيون وقضايا الاتصال في عالم متغير، مرجع سابق، ص 87.
- (39) \_ *Zahir Ihaddaden :La presse Musulmane Algérienne de 1830 a 1930, ENAL, Alger, 1986, P P(12\_15).*
- (40) \_ عبد الرحمان عزي، السعيد بومعيزة: الإعلام والمجتمع، رؤية سوسولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية، الورسم للنشر والتوزيع، القبة، الجزائر، 2010، ص 44.
- (41) \_ زهير إحدادن: الصحافة الجزائرية المكتوبة، ديوان المطبوعات الجامعية، جامعة الجزائر، 1990، ص 132.
- (42) \_ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية دستور الجمهورية 1963.
- (43) \_ قانون الإعلام 1982، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1982، ص 3.
- (44) \_ *M'Hamed Rabah : La presse Algérienne journal d'un défi , Ed Chihab, Alger, 2002, P 72.*
- (45) \_ يوسف تمار: نظرية Agenda setting دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية في المجتمع الجزائري، أطروحة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005، ص 136.
- (46) \_ صلاح عبد اللطيف: صحافة متخصصة، مكتبة الإشعاع، لبنان، ط1، 2000، ص 7.
- (47) \_ رشيد بن يوب: دليل الجزائر السياسي، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، الجزائر، ط1، 1999، ص 34.
- (48) \_ محمد شطاح: الإعلام التلفزيوني: نشرات الأخبار، المحتوى والجمهور، مرجع سابق، ص 87.
- (49) \_ قانون الإعلام 1990، النصوص التأسيسية، المجلس الأعلى للإعلام، ص 16.
- (50) \_ المشروع التمهيدي لقانون الإعلام 2002، ص (12\_13).

- (51) فضيل دليو: الاتصال، مفاهيمه، نظرياته، وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2003، ص 149.
- (52) مي العبد الله: التلفزيون وقضايا الاتصال في عالم متغير، مرجع سابق، ص 31.
- (53) مصطفى حميد كاظم الطائي: التقنيات الإذاعية والتلفزيونية، وأهميتها التطبيقية في التعليم والتعلم، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، ط1، 2007، ص 53.
- (54) فضيل دليو: الاتصال، مفاهيمهن نظرياته، وسائله، مرجع سابق، ص 150.
- (55) سليم عبد النبي: الإعلام التلفزيوني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2010، ص 26.
- (56) عبد الرزاق محمد الديلمي: الخبر في وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص 97.
- (57) عبد الحميد حيفري: التلفزيون الجزائري واقع وآفاق، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص 89.
- (58) محمد شطاح: الإعلام التلفزيوني، نشرات الأخبار، المحتوى والجمهور، مرجع سابق، ص 83.
- (59) عبد الحميد حيفري: التلفزيون الجزائري واقع وآفاق، مرجع سابق، ص ص (33، 34).
- (60) *Caroline Moriat: La presse audio visuelle, Edit CFPJ, Paris 1993\_1994, P11.*
- (61) نور الدين تواتي: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص 91.
- (62) المرجع نفسه، ص 93.
- (63) رضوان بلخيري: مدخل للإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2014.
- (64) *Brahim Brahimi: La liberté de l'information à travers les deux codes de la presse 1982\_1990, Revue Algérienne de la communication, N°6\_7, (1992).*
- (65) نور الدين تواتي: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، مرجع سابق، ص 94.
- (66) المرجع نفسه، ص ص (96\_97).
- (67) الدليل الاقتصادي والاجتماعي، الوكالة الوطنية للنشر والإشهار، الجزائر، 1989، ص 310.
- (68) رضوان بلخيري: مدخل إلى الإعلام الجديد، مرجع سابق، ص 137.
- (69) *Rapport annuel d'activité de l'établissement, ENTV, 1996, P 01.*
- (70) قانون الإعلام 1990، المجلس الأعلى للإعلام، الجزائر، ص 4.
- (71) المرجع نفسه، ص 6.
- (72) رضوان بلخيري: مدخل إلى الإعلام الجديد، مرجع سابق، ص 138.
- (73) *Le rapport annuel de l'établissement, OP, cit P2.*
- (74) *Ibid, P 3.*
- (75) محمد شطاح: الإعلام التلفزيوني، مرجع سابق، ص 112.
- (76) نور الدين تواتي: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، مرجع سابق، ص ص (124\_125).
- (77) المرجع نفسه، ص 126.
- (78) أ برتيسكي: الصحافة التلفزيونية، ترجمة أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق، ط1، 1990، ص 112.
- (79) يحي هندام: تعليم الكبار ومحو الأمية، عالم الكتب، القاهرة، د ط، 1978، ص 149.
- (80) محمد فلحي: صناعة العقل في عصر الشاشة، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002، ص 23.

- (81) \_ رالف رزق الله: ثقافة الطفل بين التغريب والأصالة، منشورات المجلس القومي للثقافة، الرباط، المغرب، ط1، 1990، ص 259.
- (82) \_ مصطفى حجازي: حصار الثقافة بين القنوات الفضائية والدعوة الأصولية، المركز الثقافي العربي، المغرب، ط1، 1998، ص 43.
- (83) \_ عبد الرحمان عزّي وآخرون: عالم الاتصال، دراسات إعلامية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص 49.
- (84) \_ عبد الرحمان عيساوي: الآثار النفسية والاجتماعية للتلفزيون العربي، دار النهضة للطباعة والنشر، بيروت، 1984، ص 11.
- (85) \_ صالح ذياب هندي: أثر وسائل الإعلام على الطفل، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 1990، ص 37.
- (86) \_ عبد الفتاح أبو معال: أثر وسائل الإعلام على الطفل، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 1997، ص 13.
- (87) \_ صالح ذياب هندي: أثر وسائل الإعلام على الطفل، مرجع سابق، ص 38.
- (88) \_ أحمد أنور بدر: مقدمة في تكنولوجيا المعلومات وأساسيات استرجاع المعلومات، دار الثقافة العلمية للنشر والتوزيع، ط1، دت، ص 69.
- (89) \_ عبد الفتاح أبو معال: أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وتثقيفهم، دار الشرق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2006، ص 83.
- (90) \_ Enrico Fuchignoni: La civilisation de l'image, RaYot, Paris, 1996, P 89
- (91) \_ نور الدين تواتي: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، مرجع سابق، ص (11\_110).
- (92) \_ نصر الدين العياضي: التلفزيون دراسات وتجارب، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، دت، ص 22.
- (93) \_ زهير إحدادن: مدخل إلى الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1991، ص 78.
- (94) \_ محمد منير حجاب: الإعلام والتنمية الشاملة، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، ط2، ص 135.
- (95) \_ جبارة عطية: علم اجتماع الإعلام، دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2001، ص 53.
- (96) \_ مجموعة من الباحثين: التلفزيون والأطفال، ترجمة أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق، ط1، 1995، ص 9.
- (97) \_ جبارة عطية: علم اجتماع الإعلام، مرجع سابق، ص 99.
- (98) \_ محمد منير حجاب: الإعلام والتنمية الشاملة، مرجع سابق، ص 136.
- (99) \_ منى حداد: أبناؤنا بين وسائل الإعلام وأخلاق الإسلام، مؤسسة الرسالة للنشر، بيروت، ط3، 1985، ص 54.
- (100) \_ محمد نصير مهنا: في النظرية للمعرفة الإعلامية، المكتبة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2003، ص 309.
- (101) \_ محمد الطانوني: نظريات الاتصال، مكتبة الإشعاع الفني، الإسكندرية، مصر، دت، ط1، ص 13.
- (102) \_ محمد فلحي: صناعة العقل في عصر الشاشة، مرجع سابق، ص 106.
- (103) \_ Daniel Le Bœuf, Corine Mégy: Le nouveau paradoxe de la programmation : Cibler et rassembler, INA, Dossier de l'audiovisuel, N=°79, Mai\_Juin, Paris, 1998, P 06.
- (104) \_ Bernard Miège: Media et communication en Europe, Presse universitaire de Grenoble, France, 1990, P 36.
- (105) \_ Jacques Mousseau: La programmation d'une chaîne de télévision, Communication et langage, N=°80; 2em trimestre, France, 1989, P 74.

- (106)\_ Jacques Notaire et Jean Barda : Dictionnaire du multi média, 2em Edition, A For, Paris, 1996, P 701.
- (107)\_ Jean Gazneuve : La télévision en 7Proés, Buchet/ Chastel. Paris, 1992, P 84.
- (108)\_ Daniel Le Bœuf, Corine Mégy, OpCit, P 43.
- (109)\_ Alain le Diberder et Nathalie Coste : Briser les chaines : Introduction a l'après télévision, Ed La découverte, Paris, 1988, P P( 51\_55).
- (110)\_ Daniel Le Bœuf, Corine Mégy, OpCit, P 43.
- (111)\_ Jacques Mousseau : La programmation d'une chaine de la télévision, communication et langage, N=° 80, Paris, 1989, P 77.
- (112)\_ رضوان بلخيري: مدخل إلى الإعلام الجديد، مرجع سابق، ص ص(142\_143).
- (113)\_ المرجع نفسه، ص 145.
- (114)\_ Martin Even : L'Espagne et sa télévision, INA/Champ Vallon, Paris, 1999, P 16.
- (115)\_ نور الدين تواتي: الصحافة لمكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، مرجع سابق، ص ص(112\_113).
- (116)\_ نصر الدين العياضي: التلفزيون دراسات وتجارب، مرجع سابق، ص 124.
- (117)\_ محمود منصور هبة: قراءات مختارة في علوم الإعلام والاتصال بالجماهير، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2005، ص ص (233\_234).
- (118)\_ ويليام ويفرز وآخرون: الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، ترجمة أحمد طلعت البشبيشي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2005، ص 263.
- (119)\_ رضوان بلخيري: مدخل إلى الإعلام الجديد، مرجع سابق، ص 151.
- (120)\_ السعيد بومعيزة: عملية إنتاج الأخبار في التلفزيون الجزائري (نشرة الثامنة)، دراسة حالة، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 04(1990)، ص 11.
- (121)\_ محمد شطاح: الإعلام التلفزيوني، مرجع سابق، ص 11.
- (122)\_ الميثاق الوطني 1986، ص 45.
- (123)\_ السعيد بومعيزة: عملية إنتاج الأخبار في التلفزيون الجزائري (نشرة الثامنة)، مرجع سابق، ص ص(26\_31).
- (124)\_ نصر الدين العياضي: مسائلة الإعلام، المؤسسة الجزائرية للطباعة، الجزائر، 1991، ص 207.
- (125)\_ محمد شطاح: الإعلام التلفزيوني، مرجع سابق، ص 120.
- (126)\_ Journal officiel du 08\04\1987. P 57.
- (127)\_ Rapport annuel d'activité de l'établissement .ENTV. 1996. P 09.
- (128)\_ محمد شطاح: الإعلام التلفزيوني، مرجع سابق، ص ص(125\_126).
- (129)\_ المرجع نفسه، ص ص (83،...،137).

## الفصل الرابع

### عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة التحليلية

- المحور 01: وصف عام لنشرات الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري
- المحور 02: أجندة أولويات نشرة أخبار الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري
- المحور 03: المعالجة الإعلامية لأخبار نشرات الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري

## الفصل الرابع

## عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة التحليلية

## تمهيد:

بعد الانتهاء من جمع المادة التحليلية التي ستقوم الباحثة بدراستها، والانتهاء من عملية ترميزها وفقا لفئات التحليل التي سبق وحددت في الإجراءات المنهجية، تأتي مرحلة عرض وتحليل وتفسير البيانات التي تعتبر مرحلة تحصيلية في البحث، يقوم الباحث من خلالها باختبار فرضيات الدراسة، والإجابة عن أسئلة البحث، لذلك يعرض هذا الفصل نتائج الدراسة التحليلية ويحلها ويفسرها، من خلال تقسيمها إلى ثلاث محاور رئيسية: المحور الأول يقدم وصفا عاما لنشرات الثامن في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري، الفصل الثاني يعرض ويحدد أجندة أولويات نشرة الثامنة، والفصل الثالث يصف ويعرض المعالجة الإعلامية لأخبار نشرة الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري.

## المحور 01: وصف عام لنشرات الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري

## جدول رقم(6) يبين توزيع الأخبار في نشرة الثامنة:

النسبة %	التكرار	توزيع عدد الأخبار
18.75	66	عدد الأخبار في العناوين
3.41	12	عدد الأخبار في مقدمة النشرة
93.18	328	عدد الأخبار في الجسم
3.41	12	عدد الأخبار في الخاتمة
100	352	عدد الأخبار الكلي

## المصدر هذه الدراسة.

يبين هذا الجدول: الأجزاء المكونة لنشرة الثامنة، وتوزيع الأخبار في كل جزء من أجزائها: يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري تتكون من أربعة أجزاء تتوزع الأخبار في كل جزء منها بنسب متفاوتة، حيث يشغل جسم الأخبار العدد الأكبر من الأخبار بنسبة 93.18%، تليه العناوين بنسبة 18.75%، ثم المقدمة والخاتمة بنفس النسبة من عدد الأخبار بـ 3.41%.

وتعتبر هذه النتيجة منطقية فيما يخص كل جزء منها، فجسم الأخبار<sup>(1)</sup> في كل نشرات العالم التلفزيونية هو الجزء الذي تعرض فيه كل الأخبار التي تتضمنها النشرة التلفزيونية، وتترتب ضمنه حسب أهميتها، لذلك يحوي أكبر عدد من الأخبار، على عكس العناوين التي تعتبر واجهة عرض محتوى الأخبار وأهم ما سيرد في جسم العرض، لذلك فهي لا تحوي سوى الأخبار المهمة والأحداث



التي تراها القناة أكبر وأهم مقارنة بالأخبار الأخرى، حسب توجهاتها، وإيديولوجياتها، وسياساتها الافتتاحية، لذلك كانت نسبة عدد الأخبار فيها قليلة مقارنة بعددها في جسم الأخبار.

أما الخاتمة، فهي عادة تحوي خبرا واحدا للترفيه عن المشاهدين، والخروج بهم من الجو العام الذي كان سائدا طول عرض النشرة، لذلك ترتبت الأخيرة من حيث نسبة الأخبار التي تحتويها. لكن ما يلفت الانتباه في نشرة أخبار الثامنة في التلفزيون الجزائري، هو تقليد يعتمد عليه في عرض الأخبار، حيث يخصص حيزا زمنيا من الوقت المخصص لنشرة الأخبار لفقرة تلي العناوين مباشرة وقبل عرض مواضيعها بالتفصيل لمقدمة الأخبار.

يخصص هذا الجزء في العادة للموضوع الرئيسي أو القصة الرئيسية، وهو الموضوع الذي يتصدر النشرة فور انتهاء العناوين وبداية فقرات النشرة، وتعتبر مقدمة نشرة الأخبار أهم خبر مصور فيها، ويؤكد الباحثون على أن أهم القصص الإخبارية هي التي تحتل مقدمة النشرات التي عادة ما تركز للأخبار الهامة، لذلك يخصص القائمون على نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري هذا الجزء من النشرة للخبر أو لمجموع الأخبار التي يرون بأنها أهم من الأخبار التي وردت في العناوين، ولا يجب أن تعرض مع الأخبار الأخرى، لذلك تخصص لها تلك المساحة في بداية الأخبار، حتى تعرض والمشاهد في أقصى درجات الانتباه لعرضها، وهو ينتظر ما سيرد من تفاصيل حول الأخبار التي وردت في العناوين.

جدول رقم(7)المساحة الزمنية التي تشغلها الأخبار في كل جزء من أجزاء نشرة الثامنة:

النسبة %	المساحة الزمنية بالثانية(ثا)	أجزاء الأخبار
5.56	1756	العناوين
5.48	1732	مقدمة النشرة
83.67	26436	جسم النشرة
4.31	1363	الخاتمة
0.97	308	الجنريك
100	31595	المجموع
	2633	متوسط المساحة الزمنية
	43 د و 53 ثا	لكل نشرة

#### المصدر هذه الدراسة.

بحساب المساحة الزمنية التي تشغلها نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري، وتوزيع تلك المساحة على كل جزء من الأجزاء المكونة للنشرة، تحصلنا على نتائج هذا الجدول الذي تبين من خلالها أن جسم الأخبار يشغل المساحة الزمنية الأكبر بنسبة 83.67% من إجمالي المساحة الزمنية للنشرة، تليه مباشرة العناوين بنسبة 5.56%، ثم المقدمة بنسبة 5.48%، الخاتمة بنسبة 4.31% ثم جنريك الأخبار الذي يشغل 0.97% من المساحة الإجمالية لنشرة الأخبار.

فمن الطبيعي أن تخصص النسبة الأكبر والمساحة الزمنية الأكبر لجسم الأخبار الذي ترد فيه تفاصيل كل ما جاء في العناوين من أخبار، إضافة إلى أخبار أخرى لم تذكرها العناوين، حيث يخصص جسم النشرة لعرض التغطيات الإخبارية والتفصيل في حيثيات الأخبار، للإجابة على أكبر قدر من الأسئلة التي تدور في ذهن المشاهد عنها، في حين لا تعرض العناوين سوى الأخبار المهمة فقط، ولا تحوي سوى على أهم ما جاء فيها.

لكن نلاحظ من خلال هذا الجدول، أن المساحة الزمنية المخصصة للمقدمة قريبة جدا من المساحة التي تخصصها النشرة للعناوين، وأكبر من المساحة الزمنية المخصصة للخاتمة، وهو ما يفسر الأهمية التي يوليها القارئ على النشرة لهذا الجزء من الأخبار، حيث تحظى الأخبار التي ترد ضمنه بأهمية قصوى، وتترتب في أعلى درجة من اهتمامات القارئ عليها، خاصة إذا علمنا أن المساحة الزمنية للعناوين مضاعفة، على أساس أنها ترد مرة في بداية النشرة، ومرة ثانية في نهاية النشرة للتذكير بأهم ما احتوته من أخبار. أما بالنسبة للجنريك، فهو ضرورة للفصل بين برامج التلفزيون، للإيدان ببداية برنامج ونهايته، ويستخدم في نشرات الأخبار موسيقى مميزة عن باقي البرامج تثير اهتمام المشاهد وتشد انتباهه إلى أهميتها.

كما استطعنا الحصول على المساحة الزمنية الإجمالية لكل النشرات التي شملتها العينة والمتمثلة في 12 عدد من نشرات الأخبار، وبالتالي حساب متوسط المساحة الزمنية للنشرة الواحدة من خلال تقسيم المساحة الإجمالية على مجموع أعداد النشرات 12، فكان متوسط مساحة النشرة الواحدة 2633 ثانية أي ما يعادل 43 دقيقة و53 ثانية، وهي مساحة زمنية كبيرة مقارنة بالمساحة الزمنية المعتمد عليها عالميا من 10 إلى 15 دقيقة، تتخللها فترات إخبارية حتى تحافظ على درجة انتباه المشاهدين في مستويات مرتفعة.

هذه المساحة الزمنية وبالرغم من أنها دليل على الأهمية التي توليها القناة لنشرة أخبار الثامنة، إلا أنها قد تساهم في خلق الشعور بالملل للمشاهد، وقد تتخللها فترات يقل فيها انتباهه، خاصة وأنها عرض للأخبار دون توقف، فلا تمنح له فرصة للراحة وإعادة استدعاء انتباهه، فيجد المشاهد نفسه مجبرا على بذل مجهود أكبر أثناء متابعة الأخبار والتركيز لفترة طويلة من الزمن وهو ما قد يشعره بالتعب، وتخلق لديه نفورا من إعادة نفس التجربة يوميا، أو التوقف عن المشاهدة في وقت معين للبحث عن أشياء أخرى للترفيه عنه، وهو ما قد يؤدي بجمهور المشاهدين إلى الابتعاد عن مشاهدة هذه الأخبار، والتوجه إلى تلبية حاجياتهم في الحصول عليها من مصادر وقنوات أخرى.

**جدول رقم(8) يبين فئة مستويات اللغة المستخدمة في التغطية الإخبارية للمواضيع:**

النسبة %	الوقت بالثانية(ثا)	مستويات اللغة
85.08	28465	لغة عربية فصحي
06.76	2262	لغة عربية عامة
07.53	2521	لغة فرنسية
0.44	146	لغة أمازيغية
0.19	64	لغة انجليزية
100	33458	المجموع

**المصدر: هذه الدراسة**

تبين من خلال هذا الجدول أن اللغة العربية الفصحى تحتل أكبر مساحة من مساحة النشرة في القناة الوطنية للتلفزيون بنسبة 85.08% في حين احتلت اللغة الفرنسية المرتبة الثانية بنسبة 7.53% ثم العامية العربية بنسبة 6.67%، واحتلت اللغة الأمازيغية المرتبة ما قبل الأخيرة بنسبة 0.44%، وأخيرا اللغة الانجليزية بنسبة 0.19%.

يجب أن نشير في البداية أن نشرة الثامنة كما سبق وذكرنا هي النشرة الرئيسية في التلفزيون الوطني وتبث على القنوات الثلاثة، القناة الوطنية والقناة الثالثة و Canal Algérie في نفس الوقت، وهي نشرة ناطقة بالعربية لذلك كان من الطبيعي أن تحتل كل هذه المساحة الزمنية، كما تخصص

المؤسسة الوطنية للتلفزيون مواعيد لنشرات أخرى ناطقة باللغات الأمازيغية على الساعة السادسة مساءً وناطقة بالفرنسية على الساعة السابعة مساءً على قناة *Canal Algérie*.

ونلاحظ من خلال هذه النتائج الاعتماد على اللغة الفرنسية في أخبار الثامنة وبنسبة متقدمة على العامية العربية واللهجة الأمازيغية، وهو دليل على الجذور القوية لهذه اللغة في المجتمع الجزائري، إذ وعلى الرغم من أن المرسوم التنفيذي لـ 21 أبريل 1991 - رقم 101 - 91<sup>(2)</sup> قد اشترط أن تكون اللغة العربية هي اللغة التي يجب أن تنطق بها البرامج الوطنية، بحيث يقول أن البرامج الوطنية يجب أن تكون ناطقة باللغة العربية أو معربة أو مدبلجة.

إلا أن هذه القاعدة لم تحترم في نشرة الثامنة، حيث نقلت تصريحات المسؤولين في الدولة والضيوف الأجانب باللغة الفرنسية مباشرة ودون ترجمة، فاللغة الفرنسية لا تزال تحافظ من وجهة نظرهم على مكانتها في المجتمع الجزائري، ولم يراعي القائمون على الأخبار خصوصية المشاهدين البسطاء من مختلف المناطق الداخلية والثانية الذين لا يجيدون هذه اللغة ولا يفهمونها وهي نسبة مرشحة للارتفاع حتى في أوساط المتعلمين والجامعيين، أين يسجل تراجع كبير في مستوى اللغة الفرنسية لديهم نتيجة لتسجيل عجز كبير في المعلمين والأساتذة لهذه المادة في المؤسسات التعليمية. كما احتلت العربية العامية المرتبة الثانية بعد اللغة الفرنسية، وهي لغة المواطن البسيط وبالتالي فاستخدامها يقرب العلاقة بين القائمين على الأخبار والمشاهدين.

كما يفسر ظهور اللغة الأمازيغية في الأخبار الرئيسية ودون ترجمة، الإرادة السياسية للسلطة في تعزيز مكانة هذه اللغة التي شرعت لها دستوريا، وتعمل على تطويرها من خلال تطوير برامج تعليمية وإدماجها في المنظومة التربوية وفي التعليم العالي على الرغم من ظهورها بهذه النسبة القليلة، لأنه في فترات سابقة كان يحظر التحدث بها في القنوات الرسمية.

كما أن ظهور اللغة الإنجليزية ولو كانت تشغل مساحة بسيطة جدا من مساحة الأخبار وتحتل المرتبة الأخيرة من بين اللغات المستخدمة في النشرة، دليل واضح على بروز هذه اللغة في المجتمع الجزائري خاصة فئة الشباب، بحكم كونها لغة العصر، ولغة التكنولوجيا.

## المحور 02: ترتيب الأخبار في أجنحة أولويات نشرة أخبار الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري

جدول رقم (9) يبين مواضيع الأخبار التي وردت في نشرة الثامنة والمساحة الزمنية التي احتلها كل موضوع:

المساحة الزمنية		التكرارات		مواضيع الأخبار
النسبة %	المساحة الزمنية بالثانية (ثا)	النسبة %	التكرار	
46.44	13954	34.66	122	سياسية
11.89	3574	7.39	26	اجتماعية
10.76	3232	6.25	22	اقتصادية
6.52	1958	5.11	18	ثقافية
6.86	2060	19.32	68	أمنية
00	00	00	00	علمية
5.66	1702	14.77	52	رياضية
3.87	1164	7.95	28	أخبار الصراعات والحروب
00	00	00	00	أخبار الحوادث والكوارث
00	00	00	00	الطرائف والغرائب
6.29	1890	3.41	12	تاريخية
0.50	150	0.57	2	المتابعات القضائية
1.21	364	0.57	2	دينية
100	30048	100	352	المجموع

### المصدر هذه الدراسة.

تبين من خلال هذا الجدول أن المواضيع السياسية تحتل صدارة المواضيع بالنسبة لمواضيع الأخبار الأخرى التي وردت في نشرة الثامنة، حيث بلغت نسبتها 34.66% بما يمثل تقريبا ثلث عدد الأخبار، تلتها مباشرة الأخبار الأمنية بنسبة 19.32%، ثم الأخبار الرياضية بنسبة 14.77%، أخبار الصراعات والحروب بنسبة 7.95%، تترتب بعدها الأخبار الاجتماعية بنسبة 7.39%، ثم الأخبار الاقتصادية بنسبة 6.25%، الأخبار الثقافية بنسبة 5.11%، الأخبار الخاصة بالمتابعات القضائية والدينية بنسبة 0.57% لكل واحد منها، في حين لم تحوي نشرات الأخبار التي تضمنتها عينة الدراسة أي خبر عن أخبار الحوادث والكوارث، ونفس الشيء بالنسبة لأخبار الطرائف والغرائب والأخبار العلمية.

فعدم احتواء فترة الثامنة على أخبار الطرائف والغرائب دليل على تميزها بالجدية طوال فترة عرض الأخبار، والصرامة في طريقة عرض الأخبار، حيث لا يرى القارئ على الأخبار في نشرة الثامنة في أخبار الطرائف والغرائب أحداثا يمكن أن ترقى إلى درجة الخبر الذي تتداوله نشرات الأخبار في التلفزيون الجزائري، وهو يختلف تماما مع تعريف الخبر في نظرية الحرية الذي يتلخص في تعريف اللورد نورث كليف عام 1865: "بأنه الإثارة والخروج عن المؤلف... فعندما يعرض الكلب رجلا فهذا ليس بخبر ولكن عندما يعرض الرجل كلبا فهذا هو الخبر".<sup>(3)</sup>

حيث بقي هذا التعريف يجسد النظرة الغربية للخبر التي ترى أن أهم ما يميز الخبر هو الغرابة، والخروج عن المؤلف لأن الأخبار المثيرة والغريبة والطريفة هي التي تستحوذ على اهتمام الجمهور، أما الأخبار الروتينية التي تخلو من هذه الصفة فلا تعد أخبارا بالمفهوم الغربي، وفي نظرية الحرية.

فمن وجهة نظر المدرسة الغربية نشرات الأخبار التي لا تحتوي على أخبار طريفة وغير عادية، هي نشرة تخلو من الإثارة والتشويق، وتلك الجدية في عرض الأخبار لا تثير اهتمام المشاهدين، وقد تشعرهم بالملل والضيق، وتنقص من أهمية الأخبار، وبالتالي تفقد النشرة الإخبارية جمهورها.

أما بخصوص أخبار الحوادث والكوارث، فعدم احتواء نشرة الثامنة على خبر بخصوصها، لا يعني أن أخبار الثامنة لا توردها هذا النوع من المواضيع ولكن صودف بأن الفترات التي أخذت فيها عينة الدراسة لم تحدث خلالها حوادث أو كوارث، لأن نشرات الثامنة عادة ما توردها هذا النوع من الأخبار لاعتقادهم بأهميتها.

كما أن الأخبار العلمية التي تتحدث عن الاختراعات والاكتشافات العلمية في مختلف المجالات غائبة في نشرة الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون، ولأسباب عديدة يمكن أن نذكر منها أن الجزائر تنتمي إلى مصاف الدول النامية، وهي ضعيفة في مجال البحث العلمي والتطورات التكنولوجية، وضعيفة في مجال الإنتاج العلمي، وتفترق إلى مؤسسات ترعى هذا المجال، وبالتالي فهي لا تملك ما تبثه من أخبار في هذا المجال ولا يريد القارئ على الأخبار جذب انتباه الجمهور إلى الاهتمام بهذا المجال حتى لا يتبين ضعف الدولة فيه.

وبالعودة للترتيب الذي ذكرناه سابقا والذي أخذت مواضيع الأخبار في نشرة الثامنة مراتها ضمنه على أساس عدد مواضيعها في النشرة، وبالنظر إلى أنه من غير المنطقي أن ترتب الأخبار فقط بالاعتماد على تكرار مواضيعها في النشرة، حيث لا يمكن الحكم عليها من خلال عددها فقط، بل يجب إسقاط تلك النتائج على المساحة الزمنية المخصصة لكل موضوع من تلك المواضيع، فيمكن للنشرة أن تحتوي على خبر واحد ينتمي لنوع معين من المواضيع مساحته الزمنية تضاهي أو تفوق أحيانا المساحة الزمنية التي يحتلها عشرة أخبار تنتمي إلى نوع آخر من المواضيع، لذلك وجدت الباحثة أنه

من الضروري أن تجمع بين تفسير تكرارات الأخبار مع المساحة الزمنية المخصصة لكل نوع من المواضيع.

فحصلت من خلال نفس الجدول على النتائج التالية: تعزز ترتيب الأخبار السياسية التي احتلت صدارة الترتيب من حيث عدد الأخبار بنسبة 46.44% من إجمالي المساحة الزمنية للنشرة، بنسبة تكاد تقارب نصف المساحة الكلية للأخبار. لتترتب بذلك في قمة اهتمامات القارئ على النشرة، تلتها مباشرة الأخبار الاجتماعية بمساحة زمنية تمثل 11.89% من المساحة الكلية، ثم الأخبار الاقتصادية بنسبة 10.76%، الأخبار الأمنية بنسبة 6.86%، الأخبار الثقافية بنسبة 6.52%، الأخبار التاريخية بنسبة 6.29%، الأخبار الرياضية بنسبة 5.66%، ثم أخبارا الصراعات والحروب بنسبة 3.87% وأخيرا الأخبار الدينية، والمتابعات القضائية بنسبة 1.21% و0.50% لكل منهما على التوالي.

من خلال هذه النتائج يمكن ترتيب مواضيع الأخبار في أجنحة أخبار نشرة الثامنة، حيث تأتي الأخبار السياسية كأهم المواضيع التي توليها نشرة الثامنة اهتماما وأهمية قصوى، تترتب بعدها كل من المواضيع الاجتماعية والاقتصادية والأمنية بنسب ورتب متقاربة من حيث الأهمية، تأتي بعدها الأخبار الثقافية والتاريخية والرياضية بنسب متقاربة أيضا، لتترتب بعدها أخبار الصراعات والحروب، ثم أخيرا مواضيع الأخبار الدينية والمتابعات القضائية التي تعتبر من المواضيع المناسباتية، وليست من المواضيع القارة في النشرة، ولكنها تصادف مناسبات وأعياد دينية من جهة، أو تصادف تواريخ محاكمات قضائية وإدارية من جهة أخرى، مع أن نشرات الأخبار في فترات سابقة لم تكن تورد أخبارا عن المحاكمات والقضايا، ولكن التطورات التي عرفتها الساحة السياسية والاجتماعية والأمنية للجزائر، جعلت قضايا معينة تحظى باهتمام الرأي العام الوطني، مثل قضايا محاكمات أمراء الجماعات المسلحة في العشرية السوداء، وقضايا الفساد وتبديد المال العام التي مست أشخاصا وأطرافا سياسية تحظى بشهرة واسعة وسط الجمهور مثل: قضية الخليفة، وقضية سوناطراك وغيرها، وهو ما ساهم في اهتمام نشرات الأخبار في التلفزيون الجزائري بها.

كما نلاحظ من خلال هذه النتائج ضعف اهتمام القارئ على الأخبار في نشرة الثامنة بمواضيع أخبار الصراعات والحروب حيث تحتل مساحة زمنية صغيرة جد مقارنة بحجم الأحداث العالمية التي تتناولها نشرات الأخبار في العالم، واتساع رقعة هذه الصراعات والحروب من جهة، وقربها المكاني والإيديولوجي والإقليمي من الجزائر من جهة أخرى، حيث تمثل المنطقة العربية وإفريقيا أكبر مسرح للحروب وبؤر التوتر في العالم، مع ذلك لا تحظى باهتمام كبير ومرتبة متقدمة في أجنحة اهتمامات نشرة أخبار الثامنة في التلفزيون الجزائري.

تظهر مواضيع الأخبار التاريخية في مراتب متقدمة من حيث عدد الأخبار والمساحة الزمنية في نشرة الثامنة، إلى تاريخ الجزائر، وتاريخ الثورة ومناسباتها والأعياد الوطنية، حيث تعتبر الثورة

التحريرية المرجعية الشرعية التي يستمد منها النظام في الجزائر شرعيته، وشرعية أحكام الدولة ودستورها.

وتترتب مواضيع الأخبار السياسية في المرتبة الأولى وبمساحة زمنية كبيرة، تليها مباشرة الأخبار الاجتماعية والاقتصادية بنسبة مجتمعة تكاد تقارب ربع المساحة الزمنية للنشرة، كون القناة وطنية وملك للدولة، فهي تهتم بإظهار كل المواضيع التي تهتم سياسة الدولة، ونشاطاتها الاقتصادية والاجتماعية لتعزيز مكانة النظام، وتسليط الضوء على مشاريعه وانجازاته.

**ملاحظة:** نظرا لعدم ظهور فئات مواضيع كل من الأخبار العلمية، الحوادث والكوارث والطرائف والغرائب في عينة الدراسة، فقد قامت الباحثة بحذف هذه الفئات في الجداول الموالية.

**جدول رقم (10) يبين ترتيب مواضيع الأخبار في نشرة الثامنة والمساحة الزمنية التي تشغلها الأخبار في كل جزء من أجزاء النشرة:**





يتضح من خلال هذا الجدول توزيع مواضيع الأخبار والمساحة الزمنية التي تشغلها هذه المواضيع داخل أجزاء نشرة الثامنة.

حيث تترتب في العناوين كل من الأخبار السياسية في المرتبة الأولى من حيث العدد بنسبة 42.43% من نسبة مواضيع الأخبار في العناوين ومساحة زمنية تقارب النصف بـ 49.02% من إجمالي مساحة العناوين، لتترتب بعدها الأخبار الاجتماعية بعدد أخبار يمثل نسبة 6.06% وبمساحة زمنية تقدر بـ 21.18% من إجمالي مساحة العناوين، ثم المواضيع الاقتصادية بنسبة 6.06% من إجمالي الأخبار في العناوين و7.06% من المساحة الكلية للعناوين في النشرة، تليها الأخبار التاريخية بنسبة أخبار تمثل 6.06% ومساحة زمنية بنسبة 6.15%، ثم الأخبار الأمنية بنسبة أخبار 6.06% ومساحة زمنية بنسبة 4.78%، ثم الأخبار الثقافية وأخبار الصراعات والحروب بنسب متساوية من عدد الأخبار بنسبة 3.03%، ومساحة زمنية بنسبة 4.10% من المساحة الكلية للعناوين لكل واحد منها، لتأتي الأخبار الرياضية بنسبة تمثيل في عدد الأخبار 3.03% ومساحة زمنية قدرت بـ 3.42%، في حين لم تظهر كل من الأخبار الدينية والأخبار عن المتابعات القضائية في عناوين النشرة.

وبين لنا ترتيب عدد الأخبار والمساحة الزمنية التي تشغلها المواضيع في عناوين النشرة، الأهمية التي يوليها القارئ على نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري لمواضيع معينة على حساب أخرى بحسب ظهورها في العناوين، حيث تبدأ النشرة بالمواضيع التي يعتقد معدو النشرة والقائمين عليها بأنها رئيسية وعلى درجة كبيرة من الأهمية، وبالتالي العمل على إثارة اهتمام المشاهد للإقبال عليها والاعتقاد بأهميتها، لذلك تترتب الأخبار السياسية كأخبار ذات أهمية بالغة، لتليها الأخبار الاجتماعية ثم الاقتصادية ثم التاريخية، ثم الأخبار الأمنية، وأخبار الصراعات والحروب لتتنيل الترتيب الأخبار الرياضية. وهي كلها مواضيع الأخبار التي اعتبرها القارئ على التلفزيون الوطني على درجة عالية من الأهمية.

يبدأ العرض الإخباري بمقدمة النشرة التي لا تحتوي كما أظهره الجدول أعلاه إلا على الأخبار السياسية بنسبة 100%، حيث تختلف وجهات النظر في ترتيب العرض الإخباري، حسب ما يراه القارئ على الأخبار في كل قناة تلفزيونية عن الأخرى باختلاف الإيديولوجيات التي ينتمون إليها، والسياسة الإعلامية التي تتبناها القناة، وطبيعة ملكيتها، وكون القناة الوطنية للتلفزيون كما سبقنا وأشرنا قناة عمومية وملك للدولة، فالمواضيع السياسية هي التي تعطى أهمية خاصة من خلال تصدرها الدائم لمقدمة الأخبار، وتخصص مقدمة الأخبار لأهم خبر في النشرة، يهدف من خلالها القارئ على النشرة بتكريس فكرة أهمية الأخبار السياسية للمشاهد وتحسيسه بخصوصيتها ودورها في البناء الإخباري.

كما يتكون جسم الأخبار أو وسط العرض الإخباري الذي يضم أكبر عدد من الأخبار بنسبة 78.57% وأكبر نسبة من المساحة الزمنية بنسبة 86.48%، من تسلسل مجموعة من مواضيع الأخبار التي تترتب حسب نتائج نفس الجدول كما يلي: الأخبار السياسية بعدد أخبار يمثل نسبة

33.33% من مجموع الأخبار التي تضمنها جسم النشرة، وبمساحة زمنية قدرت بنسبة 45.62% من إجمالي المساحة الزمنية لجسم الأخبار، وتليه دائماً الأخبار الاجتماعية بنسبة 7.88% وبمساحة زمنية قدرت بـ 12.98%، ثم الأخبار الاقتصادية بعدد مثل نسبة 6.67% وبمساحة زمنية قدرت بـ 12.15%، ثم الأخبار الأمنية بنسبة 20.61% من عدد الأخبار في جسم النشرة ومساحة زمنية قدرت بـ 7.73%، فالأخبار الرياضية بنسبة 15.76% وبمساحة زمنية قدرت بـ 6.41%، لتترتب بعدها الأخبار التاريخية بنسبة تكرارات قدرت بـ 3.63% وبمساحة زمنية تمثلت بنسبة 5.76%، ثم أخبار الصراعات والحروب بنسبة 8.48% من إجمالي عدد الأخبار في جسم النشرة ومساحة زمنية قدرت بنسبة 4.31%، والأخبار الثقافية بنسبة 2.42% من عدد الأخبار في الجسم ومساحة زمنية قدرت بـ 3.51%، ثم في المراتب الأخيرة على التوالي: المواضيع الدينية والمتابعات القضائية بعدد أخبار تمثل بنسبة 0.61% لكل منهما ونسبة 1.39% من المساحة الزمنية للأخبار الدينية و0.57% بالنسبة لأخبار المتابعات القضائية.

يعكس هذا الترتيب وتلك النسب أهمية هذه المواضيع كما يراها القائمون على الأخبار في التلفزيون الجزائري، حيث تحظى الأخبار السياسية دائماً بأهمية بالغة تليها الأخبار الاجتماعية والاقتصادية، في حين لا تلقى أخبار الصراعات والحروب نفس الأهمية لتترتب في المراتب الأخيرة بنسب تكاد تقارب الأخبار الثقافية، وتقل أهمية الأخبار الدينية وأخبار المتابعات القضائية، لأن الأخبار الأولى مناسبة كما سبق وذكرنا، والمواضيع الثانية تعتبر نوعاً جديداً من مواضيع الأخبار التي تتناولها الأخبار في التلفزيون الجزائري، بل دخلت في اهتمامات القائمين على الأخبار، بعد أن أصبحت المحاكمات والمتابعات القضائية تطل مسؤولين سابقين في الدولة، وهو ما لم يكن سابقاً ليحدث تحت أي شكل من الأشكال، وهو ما أعطى هذه القضايا شهرة واسعة على المستوى الوطني والدولي، وأكسبها نوعاً من الأهمية في الأخبار، لتعالج بطريقة أقل ما يقال عنها محتشمة وفي إطار سرية التحقيقات وموضوعية القضاء واستقلالية السلطة القضائية.

أما الخاتمة فقد تضمنت أخباراً ثقافية تمثلت من حيث عددها بنسبة 83.33%، ومساحة زمنية بنسبة 26.12%، حيث تحظى الخاتمة أو نهاية النشرة بأهمية كبيرة، ويفضل تقديم مواضيع أخبار مسلية تعبر عن الاهتمامات الإنسانية لمحاولة ترك انطباع إيجابي للمشاهدين عن النشرة، وشدهم لإنهاء العرض لتحقيق رضاهم، وتشجيعهم لمشاهدة الأخبار مرات أخرى، واختار القائمون على نشرة الثامنة هذا النوع من المواضيع التي يتميز بالخفة والحيوية وفي نفس الوقت يروج لصورة ثقافية غنية عن إمكانات الجزائر الثقافية والسياحية.

جدول رقم(11) يبين مواضيع الأخبار التي وردت في نشرة الثامنة حسب المجال الجغرافي الذي تشغله والمساحة الزمنية التي تشغلها هذه المواضيع حسب مجالها الجغرافي الذي تشغله:

النسبة %	م ز (بالثانية(ثا)	النسبة %	التكرار	مواضيع الأخبار حسب المجال الجغرافي الذي تشغله
88.17	25675	85.23	300	أخبار وطنية
11.83	3444	14.72	52	أخبار دولية
100	29119	100	352	المجموع

المصدر هذه الدراسة

اتضح من خلال هذا الجدول أن الأخبار الوطنية تمثل النسبة الأكبر من عدد الأخبار التي تضمنتها نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري وبنسبة 85.23%، وتحتل المساحة الأكبر من المساحة الزمنية للنشرة بنسبة 88.17%، في حين لا تمثل الأخبار الدولية سوى نسبة قليلة من عدد الأخبار في نشرة الثامنة قدرت بـ 14.72%، ولا تحتل سوى مساحة زمنية قليلة جدا بالنسبة للمساحة التي تحتلها الأخبار الوطنية بنسبة 11.83%.

تظهر هذه النتائج الأهمية الكبيرة التي تحظى بها الأخبار الوطنية في نشرة أخبار الثامنة، حيث تتضمن أكثر من ستة أضعاف من الأخبار الوطنية مقارنة بالأخبار الدولية، تخصص لها مساحة زمنية أكبر بثماني مرات من المساحة الزمنية التي تخصصها للأخبار الدولية، ومن الطبيعي أن تخصص نشرة الأخبار المساحة الزمنية الأكبر للأخبار التي تحدث داخل حدود الوطن وداخل المجتمع، فالمشاهد يهتم عادة بالأخبار الأقرب ثم الأقل قربا وهكذا، وتمثل الأخبار الوطنية والمحلية من حيث المدة في محطات التلفزيون العالمية أكثر من ثلثي الأخبار تقريبا لأنها غالبا ما تكون ذات اهتمام مباشر من المشاهدين، لذلك تترتب الأخبار الوطنية في المراتب الأولى من حيث الأهمية في أجندة الأخبار في التلفزيون الوطني، في حين تأتي الأخبار الدولية في مراتب متدنية من حيث درجة أهميتها في أجندة أخبار الثامنة في التلفزيون الجزائري.

فمن حيث المعلومة الإخبارية في التلفزيون الجزائري، فالأولوية للمعلومة الوطنية الجزائرية، لأن المشاهد الجزائري في غنى عن المعلومة الدولية خاصة في ظل الانفتاح الإعلامي، فأولوية المشاهد الجزائري في نظر القائمين على الأخبار في التلفزيون الجزائري معرفة ما يدور داخل حدود بلده، أما الأخبار الدولية فيستطيع أخذها من أي قناة أخرى خارج الجزائر، ولهذا فالمعلومات الإخبارية في التلفزيون الجزائري هي في حدود 90% ذات مصدر وطني جزائري<sup>(4)</sup>.

جدول رقم(12) يبين مواضيع الأخبار التي وردت في عناوين نشرة الثامنة حسب المجال الجغرافي الذي تشغله:

النسبة %	التكرار	دولية		وطنية		مواضيع الأخبار
		%	ك	%	ك	
42.42	28	66.67	4	40	24	سياسية
30.31	20	00	00	33.33	20	اجتماعية
6.06	4	00	00	6.67	04	اقتصادية
3.03	2	00	00	3.33	02	ثقافية
6.06	4	00	00	6.67	04	أمنية
3.03	2	33.33	02	00	00	أخبار الصراعات والحروب
6.06	4	00	00	6.67	04	تاريخية
3.03	02	00	00	3.33	02	رياضية
00	00	00	00	00	00	المحاكمات القضائية
00	00	00	00	00	00	الدينية
100	66	100	06	100	60	المجموع
		9.09		90.91		النسبة المئوية %

#### المصدر هذه الدراسة

يوضح هذا الجدول مواضيع الأخبار التي ظهرت في عناوين نشرة الثامنة حسب المجال الجغرافي الذي تشغله، والمعروف أن عناوين النشرات التلفزيونية تأتي في بداية ونهاية النشرات مصحوبة بلحن خاص يميزها عن باقي فقرات النشرة، وتحمل ما يثير انتباه المشاهد، وتستعرض عناوين نشرات الأخبار التلفزيونية المواضيع التي يعتقد معدو النشرة أنها رئيسية وتلقى انتباه المشاهدين لأهميتها.

حملت نتائج هذا الجدول مؤشرات عن المواضيع التي يضعها معدو نشرة الثامنة في قمة هرم أولوياتهم في الأخبار، حيث سيطرت الأخبار الوطنية على أغلبية المواضيع التي تتناولها العناوين بنسبة 90.91% في حين لم تمثل الأخبار الدولية سوى 9.09% من مواضيع الأخبار في العناوين.

كما ترتبت المواضيع السياسية في صدارة اهتمامات معدو الأخبار من حيث المواضيع بنسبة 42.42%، متبوعة بالمواضيع الاجتماعية بنسبة 30%، ثم الأخبار الاقتصادية، والأخبار الأمنية والأخبار التاريخية بنسبة 6.06% لكل منها، ثم أخيراً أخبار الصراعات والحروب والأخبار الثقافية

بنسبة 3.03 % لكل منها، في حين لم تتضمن عناوين الأخبار أي خبر حول موضوع المحاكمات القضائية والأخبار الدينية.

جاءت هذه النتائج لتؤكد النتائج التي حملتها الجداول السابقة، حيث بينت الأهمية التي يوليها القائمون على الأخبار في التلفزيون الجزائري في أجندة أخبار الثامنة للأخبار الوطنية على حساب الأخبار الدولية، بحكم أن القناة وطنية تعمل بالدرجة الأولى على إظهار وتغطية الأخبار والنشاطات والأحداث التي تحدث داخل نطاق الدولة، وتمنحها الأولوية في البروز والظهور إلى جمهور المشاهدين الذين تتوجه إليهم بهذه الأخبار، خاصة وأن النشرة الرئيسية (نشرة الثامنة) تبث على القنوات الفضائية الجزائرية الثالثة و*Canal Algérie* في نفس الوقت الذي تبث فيه على القناة الوطنية، فهي موجهة بالموازاة إلى الجالية الجزائرية المتواجدة في الوطن العربي وأوروبا، كما تعتبر هذه النشرة مرآة وواجهة للنظام وإنجازاته في الداخل والخارج.

في حين لا تحظى الأخبار الدولية بنفس الاهتمام ونفس الدرجة من الإبراز، كون هذه الأخيرة تحدث بعيدا، وهي غير مؤثرة في الجبهات الداخلية وبالتالي فهي لا تدخل في اهتمامات النظام ولا يجب أن تدخل ضمن اهتمامات الجمهور الذي يجب أن يبقى منتبها ومركزا مع ما يعرض من أخبار وطنية لها علاقة مباشرة معه، ومع نمط حياته، وأسلوب عيشه.

وتتشابه أكثر القنوات العربية في أساليب عرضها للأخبار الوطنية والدولية من حيث الأولوية، حيث يكون الخبر الأول في نشرة الأخبار غالبا هو الخبر الذي يخص الخبر الرسمي الوطني وتكون أولويته على أي خبر آخر حتى ولو كان قيام حرب عالمية على أبوابنا<sup>(5)</sup>.

كما أكدت هذه النتائج نتائج الجداول السابقة فيما يخص مواضيع الأخبار التي تضمنتها النشرة، فاعتلت الأخبار السياسية دائما هرم اهتمامات القائمين على الأخبار، وظهرت مواضيعها كأهم المواضيع الأساسية التي تتضمنها النشرة من خلال بروزها وبأكبر نسبة في عناوين النشرة، حتى يعتقد المشاهدون بأهميتها ويتشوقوا لمتابعة تفاصيلها، فالأخبار السياسية لطالما كانت ومازالت ذات أولوية أساسية بالنسبة لنشرات الأخبار في التلفزيون الوطني وكل النشرات التلفزيونية في القنوات التلفزيونية والعمومية خاصة في الدول النامية وفي الوطن العربي، إيمانا منها بخدمة السلطة، وتجنيد الشعوب للمشاركة في عملية البناء السياسي بما يخدم مصالحها، كما تبرز أهمية هذه الأخبار من حيث احتلالها المركز الأول في عدد الأخبار الوطنية بنسبة 40% من عناوين الأخبار الوطنية و66.67% من عناوين الأخبار الدولية.

كما جاءت الأخبار الاجتماعية في المرتبة الثانية من حيث درجة الأهمية في عناوين الأخبار بنسبة 30% من مجموع العناوين وكانت كلها أخبار اجتماعية وطنية، وبنسبة 33.33% من مجموع المواضيع الوطنية في العناوين، وهو ما يدل على الأهمية التي تحظى بها لدى معدي الأخبار في القناة الوطنية، ومحاولة إبرازها في العناوين لإعطائها أهمية أكبر وفرصة أكبر لينتبه لها المشاهدون،

حرصا منهم على تثمين الجهود التي تبذلها الدولة في هذا القطاع وبالتالي الحفاظ على الصورة المثالية للنظام واستقرار الجبهة الاجتماعية.

كما برزت في عناوين نشرة الثامنة أخبار اقتصادية، تاريخية، دينية وأمنية كانت كلها أخبارا وطنية، وترتبت في العناوين بهذه الطريقة نظرا للأهمية التي يوليها القارئون على نشرة الأخبار لمثل هذه المواضيع في استعراض لأهم الانجازات والمشاريع والإجراءات التي اتخذتها الدولة لتحقيق الأمن والنمو والتطور والرفاهية والاستقرار للمواطنين، وإشعارهم بها، كما يعمل القارئون على النشرة على إبراز الأحداث التاريخية وتسليط الضوء عليها في مختلف المناسبات والأعياد التاريخية، لإيقاظ الإحساس بالاعتزاز للانتماء لثورة نوفمبر والإنجازات التي حققتها قادتها وما حققته للشعب من تحرر ورفاهية، كون النظام يستمد شرعيته من هذه الثورة.

ثم ترتب في الأخير المواضيع الثقافية وأخبار الصراعات والحروب، فعلى الرغم من ضخامة الأخبار التي تتحدث عن الصراعات والحروب في مناطق متعددة من العالم، وتواجد معظم هذه الصراعات وبؤر التوتر على مشارف حدودنا في كل من إفريقيا وبعض الدول العربية، وبالرغم من الاهتمام الذي تحظى به مثل هذه المواضيع من الأخبار في تلفزيونات العالم، إلا أنها لا تجد نفس درجة الاهتمام في النشرة الرئيسية للتلفزيون الجزائري كون القارئون عليها لا يريدون للرأي العام الوطني أن ينشغل بمثل هذه القضايا ويتأثر بأحداثها، حتى لا يهمل القضايا الوطنية والقضايا السياسية للدولة ويبقى على صلة دائمة بالنظام الذي يحافظ من خلال استمراره على الاستقرار.

وتبرز القضايا الثقافية في العناوين مع أنها لا تحظى بدرجة كبيرة من الاهتمام في محاولة للترويج عن المشاهدين وتعزيز شعورهم بالانتماء إلى حضارة تضرب بجذورها أعرق الحضارات الإنسانية، للتنبه للموروث الثقافي الوطني، والالتفاف حوله ومحاولة حمايته من الاندثار.

بالنسبة للمحاكمات القضائية والمواضيع الدينية فلا يرى القارئون على الأخبار في التلفزيون الجزائري أنها على قدر من الأهمية، فالمواضيع الدينية مناسبة تفرسها مناسبات وأعياد ومواسم معينة، كما أن تورط مسؤولين سابقين وإطارات في الدولة في قضايا الفساد لا يخدم مصلحة النظام الذين كانوا جزءا منه، ويرسمون صورة قائمة ومغايرة عن الصورة التي تريد الأخبار أن تظهره بها.

جدول رقم (13) يبين مواضيع الأخبار التي تضمنتها نشرة الثامنة والمساحة الزمنية التي تشغلها:

مواضيع الأخبار	التكرار	النسبة %	م ز بالثانية(ثا)	النسبة %
سياسية	116	38.67	12974	50.53
اجتماعية	26	8.67	3534	13.76
اقتصادية	22	7.33	3250	12.66
ثقافية	16	5.33	1003	3.91
أمنية	64	21.33	1962	7.64
رياضية	40	13.33	1456	5.67
تاريخية	12	04	982	3.83
الدينية	02	0.67	364	1.42
المحاكمات القضائية	02	0.67	150	0.58
المجموع	300	100	25675	100

#### المصدر هذه الدراسة

تبين لنا من خلال هذا الجدول أن مواضيع الأخبار الوطنية متنوعة، ولكن هذا النوع في عرض مختلف المواضيع، لا يعني الاهتمام بكل واحد منها بنفس الدرجة وبطريقة متوازنة، فقد أظهرت نتائج الجدول أعلاه أن الأخبار السياسية تحتل المرتبة الأولى بعدد أخبار يمثل نسبة 38.67% من إجمالي الأخبار الوطنية وتخصص لها مساحة زمنية تفوق نصف المساحة الزمنية المخصصة للأخبار الوطنية بنسبة 50.53%، لتترتب بعدها الأخبار الاجتماعية والاقتصادية على التوالي بعدد أخبار بنسبة مقاربة 8.67% و 7.33% على التوالي، وبمساحة زمنية 13.76% و 12.66% لكل منها بنفس الترتيب، تترتب بعدها مباشرة الأخبار الأمنية بنسبة 21.33% وبمساحة زمنية بنسبة 7.64%، ثم الأخبار الرياضية بعدد أخبار يمثل نسبة 13.33% وبمساحة زمنية احتلت 5.67% من المساحة الكلية للأخبار الوطنية، ثم الأخبار الثقافية بنسبة 5.33% ومساحة زمنية بنسبة 3.91%، المواضيع التاريخية بنسبة 4% ومساحة زمنية 3.83%، وأخيرا كل من الأخبار الدينية 0.67% وبمساحة زمنية 1.42%، ومواضيع المحاكمات القضائية بنسبة 0.67% وبمساحة زمنية قدرت بـ 0.58%.

وتصدرت المواضيع السياسية ترتيب مواضيع الأخبار الوطنية في نشرة الثامنة، وشغلت مساحة زمنية تفوق نصف المساحة الزمنية الكلية للأخبار الوطنية لها وحدها، دليلا على الأهمية البالغة التي يوليها لها القائمون على الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري وأنها تتصدر الترتيب من حيث أجندة أولويات القناة، نتيجة لطبيعة ملكية القناة للدولة من جهة وطبيعة النظام الحاكم من جهة أخرى، حيث يعمل القائمون على الأخبار في التلفزيون الوطني، على نقل الأخبار السياسية



بشكل مركز وبأسلوب مكثف، وباختيار هادف وموجه للجماهير، لخلق اهتمامات سياسية للمواطنين وجعلهم يشتركون في السياسة وتنمية الروح الوطنية لديهم، بطريقة تشبه إلى حد بعيد الفلسفة الاشتراكية والمنظور الاشتراكي للأخبار<sup>(6)</sup>، وربما ترجع هذه النزعة للمسؤولين على الأخبار في التلفزيون الجزائري، إلى طبيعة النظام الحاكم في الجزائر الذي استمر حوالي 3 عقود كاملة في ظل النظام الاشتراكي والحزب الواحد، عاشت معها المؤسسة الوطنية لتلفزيون تخدم توجهات النظام، وتحت الإدارة المباشرة له، إذ وعلى الرغم من التوجه نحو التعددية- كما سبق وأشرنا في الفصول النظرية- إلا أن قطاع السمع البصري وخاصة التلفزيون بقي يراوح مكانه ولم يفتح المجال أمام الخواص إلا في السنوات القليلة الماضية، وعلى الرغم من ذلك بقيت المؤسسة الوطنية للتلفزيون تدار وتسير بنفس الطريقة، وبرامجها تخضع للرقابة المباشرة، ومديرها يعين بقرار رئاسي.

وتترتب المواضيع الاجتماعية والاقتصادية مباشرة بعد المواضيع السياسية، حيث يعمل القائمون على الأخبار في التلفزيون الوطني على إبراز اهتمامهم بالمواضيع الاجتماعية والاقتصادية التي تساهم في ترقية المجتمع وتنميته وخلق حالة من الوعي والاهتمام بالأحداث المختلفة، ودفع المشاهدين لأن يكونوا فاعلين في بلدهم والمساهمة في التنمية وتعزيز شعور الانتماء لديهم.

وعلى الرغم من أن عدد الأخبار الأمنية والأخبار الرياضية يفوق بكثير عدد الأخبار الاجتماعية والاقتصادية مجتمعة، إلا أن المساحة الزمنية الكبيرة التي تخصصها النشرة للأخبار الاجتماعية والاقتصادية مقارنة بالمساحة التي تخصصها النشرة للأخبار الأمنية والأخبار الرياضية، وهو ما يبين الأولوية في الترتيب والاهتمام للأخبار الاجتماعية والاقتصادية، فالأخبار الأمنية تلبى حاجات المشاهدين للشعور بالأمن والاستقرار، والعدد الكبير لهذه الأخبار يعكس إرادة القائمين على الأخبار لإظهار الجهود التي تبذلها مختلف المؤسسات الأمنية خاصة في ظل التحديات الداخلية والخارجية، فعلى المستوى الداخلي استفحال ظاهرة الجريمة المنظمة، وظواهر إجرامية جديدة مثل اختطاف الأطفال، وجرائم القتل والجرائم الإلكترونية، وجرائم التهريب، والإرهاب، وعلى الصعيد الخارجي، التوترات والصراعات والحروب على طول الحدود الشرقية والجنوبية للدولة، إضافة إلى نشاط التهريب على طول الحدود الغربية والشرقية للبلاد نتيجة للظروف الاقتصادية التي تعيشها دول الجوار مقابل الدعم الذي تقدمه الحكومة في الجزائر لأسعار الطاقة والمواد الغذائية الأساسية، دون أن ننسى خطر التنظيمات الإرهابية الدولية.

كما يعمل المسؤولون على الأخبار في القناة الوطنية على توفير المعلومات والأخبار عن مختلف الأحداث الرياضية والمنافسات والبطولات، نظرا للاهتمام الكبير الذي يوليه الجمهور لها لذلك لاحظنا العدد الكبير للأخبار التي تناولت المواضيع الرياضية، الذي يفوق عدد الأخبار الاجتماعية والاقتصادية مجتمعة، لكن المساحة الزمنية المخصصة لعرض هذه المواضيع قليلة بالمقارنة مع المساحة المخصصة لعرض موضوع واحد من الأخبار الاجتماعية أو الاقتصادية، فيتم عرضها

بسرعة وفي مساحة زمنية قصيرة بطريقة موجزة تغطي مختلف الأخبار دون الخوض في تفاصيل أغلبها.

وردت المواضيع الثقافية والتاريخية في رتب متأخرة مقارنة بالمواضيع السابقة، كون هذه المواضيع لا تحمل أخبارا جديدة، بقدر ما تعمل على ترسيخ قيم الانتماء الحضاري والتاريخي، ونقل التراث الثقافي والتاريخي إلى الأجيال، لتتشكل به ثقافة متنوعة تضرب بجذورها إلى تاريخ الثورة ومبادئها التي يستمد منها النظام شرعيته، وتتحدد بمرجعيتها مواقفه إزاء القضايا الداخلية والخارجية، ويروّح بها لقائمون على الأخبار في التلفزيون عن المشاهدين بعد التعرض المكثف لكل تلك الأخبار.

أما المواضيع الدينية والمحاکمات القضائية، فكما سبق وذكرنا في تحليلنا لنتائج الجداول السابقة، فالمواضيع الأولى مناسباتية تظهر في المناسبات والأعياد الدينية، والمواضيع الثانية يتعامل معها من مبدأ حيادية السلطة القضائية، وعدم التدخل والتأثير على الرأي العام الوطني، لكن التحولات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي مرت بها الجزائر، هي من حتم ظهور مثل هذه المواضيع نظرا لحساسية المناصب التي كان يشغلها المتهمون في مثل هذه القضايا في الدولة.

#### جدول رقم (14) يبين مواضيع الأخبار السياسية الوطنية في نشرة الثامنة:

مواضيع الأخبار السياسية الوطنية	التكرار	النسبة %	م ز بالثانية(ثا)	النسبة %
أخبار النشاط الرئاسي	12	10.34	2406	18.52
نشاط رئاسة الحكومة	8	6.90	1504	11.57
النشاط الوزاري	52	44.83	6248	48.09
النشاط البرلماني	8	6.90	674	5.19
نشاطات الأحزاب السياسية	10	8.62	626	4.82
نشاطات وزارة الخارجية	14	12.07	763	5.87
نشاطات الجماعات المحلية	6	5.17	436	3.35
منظمات وطنية سياسية	6	0.67	335	2.58
المجموع	116	100	12992	100

#### المصدر هذه الدراسة

بينت نتائج هذا الجدول ترتيب مواضيع الأخبار السياسية الوطنية والمساحة الزمنية التي شغلتها في نشرة الثامنة، وكانت النتائج كما يلي: تصدرت أخبار النشاط الوزاري ترتيب الأخبار السياسية بتمثيل لعدد الأخبار بنسبة 44.83% وبمساحة زمنية شغلت 48.09%.

ترتبت بعدها أخبار النشاط الرئاسي بتمثيل 10.43% من مجموع الأخبار السياسية الوطنية وبمساحة زمنية شغلت 18.52% من المساحة الزمنية التي شغلتها الأخبار السياسية ثم أخبار نشاط

رئاسة الحكومة بـ 6.90% من عدد الأخبار ومساحة زمنية بنسبة 11.57%، ترتبت بعدها أخبار نشاطات وزارة الخارجية بنسبة 12.07% وبمساحة زمنية قدرت بـ 5.87%، لتكون بذلك أخبار نشاطات النظام (رئيس + حكومة) في المرتبة الأولى بنسبة 74.14% ومساحة زمنية بنسبة 84.05%، لتترتب بعدها أخبار النشاط البرلماني بنسبة 6.90% ومساحة زمنية بنسبة 5.19%، ثم أخبار الأحزاب السياسية بنسبة 8.62% ومساحة زمنية بـ 4.82%، نشاطات الجماعات المحلية بنسبة 5.17% ومساحة زمنية بنسبة 3.35%، وأخيرا أخبار المنظمات الوطنية ذات الطابع السياسي بنسبة 5.17% ومساحة زمنية مقدرة بـ 2.58%.

وكان لهذا الترتيب بهذه الطريقة دلالة على الأهمية التي يوليها المسؤولون على الأخبار في التلفزيون الجزائري لأخبار السلطة ممثلة في أخبار نشاطات رئيس الجمهورية والوزارات ورئاسة الحكومة بنسبة أخبار مجتمعة مقدرة بـ 74.14% ومساحة زمنية بنسبة 84.05%، نتيجة لطبيعة ملكية التلفزيون الوطني والعلاقة المباشرة التي تربطه بالسلطة.

ويذكرنا تعامل نشرة الأخبار مع أخبار السلطة بهذه الطريقة الذي يشبه كثيرا الدور المنوط لوسائل الإعلام في ظل المنظور الاشتراكي أو الماركسي، حيث تعتبر وسائل الإعلام أدوات تابعة للدولة، تنفذ السلطة من خلال برامجها وتطبق سياستها، وتحقق أهدافها، فهي إذن أداة لممارسة الدعاية السياسية، وتمارس أدوارا معينة ووظائف خاصة يحددها النظام، فتقوم بجمع الأخبار والنقاط المعلومات، وتفتحها ونشرها، وتفترض عملية نقل الأخبار ونشرها وجود تصور فكري لتحقيق أهداف السلطة، أي أن الإعلام ملتزم بخدمة النظام<sup>(7)</sup>، وهي نفس الأدوار ونفس الوظائف التي يقوم بها التلفزيون الجزائري من خلال التركيز المكثف على أخبار ونشاطات السلطة، واحتلت أخبار رئيس الجمهورية المرتبة الثانية ليس لعدم أهميتها مقارنة بالنشاطات الوزارية، ولكن هذا راجع للحالة الصحية لشخص رئيس الجمهورية الذي يعاني من أزمة صحية منذ مدة، جعلته غير قادر على التنقل وممارسة مختلف النشاطات حيث أوكل معظمها إلى ممثلين عنه من وزراء تارة ورئيس الحكومة تارة أخرى.

ويقتضي دفتر شروط إنشاء المؤسسة الوطنية للتلفزيون بمتابعة النشاطات الرسمية لمؤسسات الدولة والإعلام والتبليغ وبتنسيقها وفق ما يقتضيه الصالح العام<sup>(8)</sup>، فالمؤسسة الوطنية يجب أن تقوم بتغطية كل النشاطات الحكومية، تغطية الحملات الانتخابية ونقل مناقشات البرلمان<sup>(9)</sup>.

لتأتي في المراتب الثلاثة الأخيرة على التوالي كل من أخبار النشاط البرلماني ونشاطات الأحزاب السياسية، والجماعات المحلية ثم أخبار المنظمات الوطنية على التوالي، نظرا لكون النشاط البرلماني دوري وليس دائم، حيث تعقد جلسات دورية بتواريخ محددة لنشاط هذه الهيئة التشريعية، أما أخبار الأحزاب السياسية فقد ظهر هذا النوع من الأخبار بعد دستور 1989 القاضي بالتعددية الحزبية لفترة زمنية قصيرة بعد أن كانت كل الأخبار تدور حول نشاطات الحزب الحاكم، لتراجع هذه النزعة

في العشرية السوداء نظرا للظروف الأمنية التي مرت بها البلاد، ثم عاودت الظهور من جديد بعد استقرار الوضع الأمني، وهي لا تحظى باهتمام كبير من القائمين على الأخبار نظرا لتبعية القناة للدولة، وخدمتها لأهداف السلطة الحاكمة التي ليس من مصلحتها إظهار نشاطات الأحزاب السياسية الأخرى وتسييل الضوء على برامجها السياسية.

أما بالنسبة لنشاطات الجماعات المحلية والمنظمات الوطنية، فالشخصيات التي تمثلها والأحداث التي تصنعها ليس لها نفس الوزن الذي تملكه شخصيات الوزراء في الدولة.

**جدول رقم (15) يبين مواضيع الأخبار السياسية الوطنية التي وردت في عناوين نشرة الثامنة**

النسبة %	م ز بالثانية(ثا)	النسبة %	التكرار	مواضيع الأخبار السياسية الوطنية
28.80	106	25	6	أخبار النشاط الرئاسي
11.41	42	16.67	4	نشاط رئيس الحكومة
40.76	150	41.67	10	النشاط الوزاري
00	00	00	00	النشاط البرلماني
00	00	00	00	نشاطات الأحزاب السياسية
10.86	40	8.33	2	نشاطات وزارة الخارجية
8.15	30	8.33	2	نشاطات الجماعات المحلية
00	00	00	00	المنظمات الوطنية
100	368	100	24	المجموع

**المصدر هذه الدراسة**

اتضح من خلال نتائج الجدول أن أخبار النشاط الوزاري تصدرت قائمة المواضيع السياسية الرئيسية في عناوين النشرة الرئيسية، في التلفزيون الجزائري بنسبة عدد أخبار 41.67% تشغل مساحة زمنية قدرت بـ 40.76%، تترتب بعدها أخبار نشاطات رئيس الجمهورية بنسبة 25% ومساحة زمنية بـ 28.80%، ثم أخبار نشاط رئيس الحكومة بنسبة 16.67% ومساحة زمنية بنسبة 11.41%، ثم نشاطات وزارة الخارجية بنسبة 8.33% ومساحة زمنية بنسبة 10.84%، وأخيرا نشاطات الجماعات المحلية بنسبة 8.33% ومساحة زمنية 8.15%، في حين لم تتضمن العناوين أخبارا عن النشاط البرلماني والأحزاب السياسية والمنظمات الوطنية.

يظهر جليا من خلال قراءة هذه النتائج سيطرة الأخبار الرسمية وأخبار السلطة على عناوين الأخبار من أخبار عن نشاط رئيس الجمهورية ونشاطات الطاقم الحكومي، وحتى الجماعات المحلية، التي تعتبر امتدادا لمؤسسات الدولة والسلطة الأولى التي تحكم المنطقة التي تمثلها، وهو ما يعكس سياسة القائمين على الأخبار لدعم السلطة وتقديم أخبار السلطة الرسمية عن باقي الأخبار، خدمة

لمصالح الجهة التي تملكها، لكن نلاحظ أن أخبار رئيس الجمهورية ترتبت في المرتبة الثانية، بعد النشاط الوزاري من حيث عدد الأخبار وكذلك من حجم المساحة الزمنية التي تحتلها، حيث يمكن تفسير هذا الترتيب كون رئيس الجمهورية مريض ولم يعد بنفس القوة ونفس الطاقة التي كان فيها يجوب أرجاء الوطن ويشرف بنفسه على مختلف الأحداث التي يراها، تلك النكسة الصحية التي قللت من نشاطاته، وأصبح يكلف بها أعضاء من الطاقم الحكومي كممثلين لشخصه هذا من جهة، ومن جهة أخرى فالحكومة الجزائرية من الحكومات التي تتكون من طاقم وزاري كبير، هذا العدد يجعل من تحركات الوزراء بعددهم الكبير أكبر من تحركات ونشاطات الرئيس ورئيس الحكومة.

في حين لم تظهر أخبار النشاط البرلماني الذي تعتبر نشاطاته بغرفتيه دورية موسمية وليس دائمة، ولم تظهر أخبار المنظمات الوطنية ونشاطات الأحزاب في عناوين الأخبار، وذلك لعدم اعتبارها من نظر القارئ على الأخبار من الأخبار الأساسية وذات الأولوية في النشرة، وقد سبق لرئيس الجمهورية أن عبر عن سياسة القناة بهذا الخصوص صراحة، في تصريح له لقناة مركز تلفزيون الشرق الأوسط *mbc* حيث قال: "أن الدولة هي التي تمول الراديو والتلفزيون، وهما موجودان للدفاع عن سياسة الدولة، ولم تنشأ هذه الإذاعات وهذه التلفزة لمنحها لأولئك الذين يهاجمون الدولة، ويتسببون في نكبة شعبهم، وعلى أية حال فهناك صحافة حرة، ومجال لحرية التعبير، فمن أراد التعبير فله ذلك، لكن وسائل الدولة، ملك للدولة"<sup>(10)</sup>. وليس هناك أبلغ من هذا التصريح من شخص رئيس الجمهورية الذي شرح وبكل صراحة دور القناة الوطنية للتلفزيون والأهداف والمصالح التي ترعاها، والعلاقة التي تربطها مع الدولة.

جدول رقم(16) يبين المساحة الزمنية التي تشغلها مواضيع الأخبار السياسية الوطنية في كل جزء من أجزاء نشرة الثامنة:

النسبة %	م ز بالثانية(ثا)	جسم		مقدمة		عناوين		المواضيع السياسية الوطنية
		النسبة %	م ز بالثانية(ثا)	النسبة %	م ز بالثانية(ثا)	النسبة %	م ز بالثانية(ثا)	
18.52	2406	6.23	680	94.63	1620	28.80	106	نشاط رئاسي
11.57	1504	13.40	1462	00	00	11.41	42	نشاط رئيس الحكومة
48.09	6248	55.88	6098	00	00	40.76	150	النشاط الوزاري
5.19	674	6.18	674	00	00	00	00	النشاط البرلماني
4.82	626	5.74	626	00	00	00	00	نشاط الأحزاب
5.87	763	5.78	631	5.37	92	10.86	40	نشاط وزارة الخارجية
3.35	436	3.72	406	00	00	8.15	30	نشاط الجماعات المحلية
2.58	335	3.07	335	00	00	00	00	نشاط المنظمات الوطنية
المجموع	12992	100	10912	100	1712	100	368	المجموع
النسبة%	100%	83.99		13.18		2.83		النسبة المئوية

المصدر هذه الدراسة

يجب التوضيح في البداية أن خاتمة النشرة لم تتضمن أخبارا سياسية كما أوضحه الجدول رقم(10)، لذلك لم يحتوي هذا الجدول على خانة خاصة بجزء الخاتمة ضمن أجزاء أو أقسام نشرة الأخبار. وقد تبين من خلال هذا الجدول توزيع مواضيع الأخبار السياسية الوطنية على أقسام نشرة الثامنة، حيث شغلت الأخبار السياسية في العناوين نسبة 2.83%، وشغلت المقدمة نسبة 13.18% من مساحة الأخبار السياسية، بينما شغلت الأخبار السياسية الوطنية في جسم الأخبار 83.99%، وهي نسب منطقية بالنسبة لطبيعة كل قسم من أقسام النشرة، حيث تشغل العناوين مساحة صغيرة من النشرة كونها استعراضا سريعا لأهم المواضيع التي يرى القارئون على الأخبار أنها أساسية وتحظى بأهمية كبيرة، بينما يعرض في المقدمة، أهم خبر بتفاصيله في النشرة، بينما يفصل في الأخبار التي وردت في العناوين وغيرها مما لم يذكر فيها في جسم النشرة لذلك تكون المساحة الزمنية المخصصة له كبيرة، بينما لم تظهر مواضيع الأخبار السياسية في الخاتمة، كون خاتمة الأخبار تقدم دائما خيرا خفيفا وحيويا حتى يرفه عن المشاهد، وهو ما لا ينطبق على الأخبار السياسية التي تتسم بالجدية والرسمية.

يظهر توزع مواضيع الأخبار في باقي أجزاء النشرة المواضيع السياسية الوطنية التي ترتب في أعلى هرم أجندة الأخبار، والذي يتمثل في أخبار نشاط رئيس الجمهورية الذي يشغل أكثر من 94.63% من المساحة الزمنية التي شغلتها المقدمة، متبوعا بأخبار نشاط وزارة الخارجية بمساحة

زمنية في المقدمة بنسبة 5.37%، ووضعت الباحثة فئة نشاط وزارة الخارجية عن باقي أنشطة الوزارات الأخرى لأهمية هذه الحقيبة كونها تمثل السياسة الخارجية للدولة كما ترتبط مباشرة مع مصالح رئاسة الجمهورية خاصة وأن رئيس الجمهورية الحالي كان يحمل في حكومات سابقة حقيبة وزارة الخارجية لسنوات عديدة، إضافة إلى تمثيل وزير الخارجية لشخص رئيس الجمهورية لمرات عديدة بعد مرضه في المحافل الدولية، وهو ما يفسر ظهور أخبار هذه الوزارة في مقدمة الأخبار.

تترتب نشاطات رئيس الجمهورية في المرتبة الأولى في سلم اهتمامات القائمين على الأخبار على الرغم من احتلال أخباره مساحة زمنية ترتبت في المرتبة الثانية بعد أخبار نشاط الوزراء، ويتبين هذا الترتيب من خلال ظهورها في مقدمة الأخبار، حيث يتميز عمل القنوات التلفزيونية الرسمية المملوكة للدولة ببث الأخبار ببرودة أعصاب، ووفق ترتيب وجدولة وفق الأولويات المعتادة، وتحمل المشاهد تعب متابعة كل الأخبار الرسمية مهما كان حجم الأخبار التي تدور رحاها أحيانا عنده وفي عقر داره وذلك يرجع لسبب رئيسي هو أن تمويلها من قبل الدولة<sup>(11)</sup>. وتكون أولوية أخبار رئيس الجمهورية أهم من أي خبر مهما كان ضخما ومهما حتى ولو كان سقوط قبلة نووية.

كما تصدرت أخبار النشاط الوزاري الترتيب بمساحة زمنية تقدر بـ 40.67% من العناوين، و55.88% من مساحة الأخبار السياسية في جسم النشرة، واحتل نشاط رئيس الحكومة المرتبة الثالثة بمساحة زمنية بنسبة 11.41% من العناوين، و5.37% من المقدمة و5.78% من الجسم، ثم ترتبت بعدها أخبار النشاط البرلماني بنسبة 6.18% من مساحة الأخبار السياسية في جسم النشرة، تلاها مباشرة نشاطات الجماعات المحلية بنسبة 8.15% من مساحة العناوين و3.72% من مساحة جسم الأخبار، وكان ظهورها في عناوين الأخبار هو ما أعطاه مرتبة متقدمة على مواضيع نشاطات الأحزاب السياسية كون هذه الأخيرة لم تظهر في العناوين بالرغم من كونها شغلت مساحة زمنية قدرت بـ 5.74% من جسم النشرة لترتب في المرتبة الأخيرة أخبار نشاط المنظمات الوطنية بنسبة 3.07% من مساحة جسم النشرة.

ويبدو أن هذا الترتيب جاء ضمن تدرج هرمي يحترم المسؤوليات والمهام المحددة للشخصية في هرم الدولة.

- موضوعات متعلقة برئاسة الجمهورية.
- موضوعات متعلقة بنشاطات الطاقم الحكومي.
- نشاطات البرلمان.
- نشاطات الجماعات المحلية.
- نشاطات الأحزاب.
- وأخيرا نشاطات المنظمات الوطنية.

- بطريقة تشبه الترتيب البروتوكولي أو التشريفياتي في المناسبات الرسمية والاستقبالات، حتى أن الكثير يطلق على هذه الطريقة نفس الاسم أي البناء البروتوكولي أو البناء التشريفياتي للأخبار<sup>(12)</sup>.

**جدول رقم(17) يبين مواضيع الأخبار الاجتماعية التي وردت في نشرة الثامنة**

مواضيع الأخبار الاجتماعية	التكرار	النسبة %	م ز بالثانية(ثا)	النسبة %
قطاع الخدمات	22	84.62	2874	81.32
الأخبار الإنسانية	04	15.38	660	18.68
المجموع	26	100	3534	100

**المصدر هذه الدراسة**

ترتبت مواضيع الأخبار الاجتماعية في المرتبة الثانية من حيث أهميتها في نشرة الأخبار في التلفزيون الجزائري، لذلك حاولنا التعرف على طبيعة هذه المواضيع وكيف تترتب من خلال الجدول أعلاه، وأظهرت نتائجه أن أخبار قطاع الخدمات حازت على أغلبية الأخبار المكونة للمواضيع الاجتماعية في النشرة بنسبة تمثل 84.62% من مجموع الأخبار الاجتماعية وبمساحة زمنية قدرت بـ 81.32% من إجمالي المساحة الزمنية التي تضمنت الأخبار الاجتماعية، في حين لم تمثل الأخبار الإنسانية سوى 15.38% من مجموع الأخبار الاجتماعية، وبمساحة زمنية تساوي 18.68%.

بينت نتائج هذا الجدول الأهمية التي يوليها القائمون على الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون لأخبار الخدمات الاجتماعية، حيث يهتم بعرض مختلف الانجازات والمشاريع التي وفرتها وستوفرها الدولة للمواطنين في مختلف القطاعات منها السكن، قطاع الصحة والضمان الاجتماعي، وتوصيل الطاقة(الكهرباء والغاز) وتسهيل المعاملات الإدارية، وغيرها من الجهود التي تبذلها الدولة لتوفير وسائل الراحة وسبل الرفاهية للمواطنين، يهدف من خلالها لتعزيز أواصر الثقة والترابط بين المواطنين وبين الدولة التي تسهر على رعاية مصالحهم، وتفسير العمليات الاجتماعية من خلال نقل الأخبار الاجتماعية وأخبار الخدمات وربط مضامينها بمجهودات الدولة للدفاع عن مشاريعها وضمان استمرارية النظام.

حتى أن الأخبار الإنسانية التي ظهرت في نشرة الأخبار تبرز حالات ونماذج إنسانية ناجحة استطاعت أن تستفيد من الخدمات التي توفرها الدولة، لتحقيق النجاح والبروز التميز في محيطها الاجتماعي، والتغلب على حالات العجز واليأس، فالأخبار في القناة الوطنية تعمل من أجل ربط المشاهدين بالدولة وإبراز إنجازاتها حتى تكسب ودهم وتأييدهم لها.



فلقد ظل التلفزيون يسعى إلى تبيين كل ما هو مقبول ويستحسن في المجتمع أو على الأقل إلى نشر ثقافة التعاون لبناء مجتمع ناجح، خاصة إذا كانت القناة عمومية أكثر حرصا على استقرار المجتمع.

**جدول رقم (18) بين المواضيع الاقتصادية التي وردة في نشرة الثامنة والمساحة الزمنية التي شغلتها:**

المواضيع الاقتصادية	التكرار	النسبة %	المساحة الزمنية(ثا)	النسبة %
استثمارات	08	36.36	1028	32.84
مشاريع تنموية	14	63.64	20102	67.16
المجموع	22	100	3130	100

**المصدر هذه الدراسة**

أنت نتائج هذا الجدول كما يلي: انحصرت المواضيع الاقتصادية في مواضيع المشاريع التنموية في المرتبة الأولى بنسبة 63.64% وبمساحة زمنية 67.16% والاستثمارات أو المشاريع الاستثمارية بنسبة 36.36% وبمساحة زمنية بنسبة 32.84% لتشمل مع بعضها المواضيع الاقتصادية التي تضمنتها نشرة الثامنة.

ركز القائمون على نشرة أخبار الثامنة على إظهار المشاريع التنموية والاستثمارات التي سطرته الدولة لتنشيط التطور في المجال الاقتصادي والنهوض بالاقتصاد الوطني، فطبيعة القناة وارتباطها بأهداف السلطة يجعلها تبرز سياستها وتخفي أخطائها أي أنها تعطي الرأي العام ما تريده السلطة الحاكمة أي تعطيها له فقط وبنظام جرعات محدودة<sup>(13)</sup>، فحتى لو تحتم أن نتحدث عن مشاكل اقتصادية مثل انهيار أسعار النفط مثلا وأثرها على المشاريع الاقتصادية، فنتحدث عنها بطريقة تقلل من تبعاتها وعدم تأثيرها على الاقتصاد الوطني بطريقة تطمئن من خلالها المواطنين.

وهو ما لاحظناه من خلال هذا الجدول فعلى الرغم من أن سنة 2015 سحبة منها عينة الدراسة حملة معها مؤشرات اقتصادية خطيرة، انهارت خلالها أسعار البترول ووصلت إلى مستويات دنيا قياسية، عصفت معها بالاقتصاد الوطني الذي يقوم على هذه المادة الحيوية التي تعتبر عصب الاقتصاد في بلادنا، وأصبح بذلك مهددا بالانهيار في أية لحظة، تحدث الكثير من الخبراء عن خطورة الوضع الاقتصادي الوطني، وبدأ الحديث عن سياسة التقشف وتراجع سعر صرف الدينار الجزائري، وانتظر الجميع ما سيسفر عنه قانون المالية الجديد وما سيجمله معه من قرارات قد تؤثر على سيرورة المشاريع الاقتصادية والقدرة الشرائية للمواطن، لكن سياسة القناة وطبيعة علاقتها مع السلطة تمنعها من الحديث أو التطرق إلى كل هذه القضايا والمشاكل الاقتصادية المحدقة بالاقتصاد الوطني، ويكون تركيزها على مشاريع تنموية ضخمة لطمأنة القاعدة الشعبية، وضمان استقرار القاعدة الاجتماعية.

جدول رقم (19) بين المواضيع الرياضية التي وردت في نشرة الثامنة:

النسبة %	المساحة الزمنية(ثا)	النسبة %	التكرار	مواضيع الأخبار الرياضية
70.74	1030	80	32	أخبار كرة القدم
17.03	248	15	06	أخبار الرياضات الجماعية
12.22	178	5	2	أخبار الرياضات الفردية
100	1456	100	40	المجموع

المصدر هذه الدراسة

تبين من خلال نتائج الجدول أعلاه أن أخبار كرة القدم تحتل الصدارة في سلم اهتمامات نشرة الأخبار في التلفزيون الجزائري بنسبة 80% من مجموع الأخبار الرياضية ومساحة زمنية بنسبة 70.74% من المساحة الزمنية من نفس الموضوع، تلتها مباشرة أخبار الرياضات الجماعية الأخرى بنسبة 15% وبمساحة زمنية بنسبة 17.09% ثم وفي الأخير أخبار الرياضات الفردية بنسبة 5% وبمساحة زمنية قدرة ب 12.22% .

احتلت أخبار كرة القدم المرتبة الأولى من بين مواضيع الأخبار الرياضية كونها الرياضة الأكثر شعبية وأكثر جماهيرية في الجزائر كما هو الحال في دول إفريقيا وأوروبا، هذه الشعبية التي تحظى بها جعلتها توضع في أولويات الدولة، بتوفير المرافق الضرورية لممارسة الدولة ودعم الفرق الرياضية، وإعطاءها كل الإمكانيات اللازمة، ولا يخفى على أحد أن ملاعب كرة القدم لم تعد منبر للتشجيع فقط بل منبرا لتعبير على الرأي وتقديم الدعم والمساندة للقرارات السياسية وبالاستثمار في مثل هذه المشاريع يمكن لنظام كسب ود وتعاطف وتأييد الجماهير.

كما تعرض إنجازات الفرق الوطنية لكرة القدم كإنجازات للدولة، ونتيجة للدعم اللامتناهي للدولة، وتوفير كل الإمكانيات اللازمة، من أجل كل ذلك تحتل أخبار كرة القدم صدارة اهتمامات القارئ على الأخبار ومساحة زمنية مهمة في أخبار الثامنة.

ترتبت بعدها الرياضات الجماعية، وأخيرا الرياضات الفردية التي لا تلاقي نفس الاهتمام من طرف الدولة، وبالتالي لا يهتم بها القارئ على الأخبار في التلفزيون الجزائري بنفس الطريقة التي يهتمون بها بأخبار كرة القدم، وتظهر مثل هذه الأخبار في حال الإنجازات الضخمة التي يحققها أصحابها.

## جدول رقم(20) الأخبار الدولية التي وردت في نشرة الثامنة حسب المجال الإقليمي:

الأخبار الدولية	التكرار	النسبة %	المساحة الزمنية(ثا)	النسبة %
أخبار المنطقة العربية	24	46.15	1820	52.84
أخبار باقي منطقة إفريقيا	2	3.85	162	4.70
أخبار أوروبا	20	38.46	780	22.65
أخبار المنظمات الدولية	4	7.69	422	12.25
أخبار باقي دول العالم	2	3.85	260	7.55
المجموع	52	100	3444	100

## المصدر هذه الدراسة

يبين هذا الجدول ترتيب الأخبار الدولية في نشرة الثامنة والمساحة الزمنية التي احتلتها أخبار كل منطقة من المناطق في العالم، حيث لاحظنا احتلال أخبار المنطقة العربية النسبة الأكبر من حيث العدد ومن حيث المساحة الزمنية بنسبة أخبار 46.15% ونسبة مساحة زمنية 52.84%، تلتها مباشرة أخبار أوروبا بنسبة أخبار 38.46% ونسبة مساحة زمنية 22.65%، ثم أخبار المنظمات الدولية بنسبة أخبار 7.69% ومساحة زمنية 12.25%، لعددها ترتبت أخبار باقي دول العالم بنسبة أخبار 3.85% وبمساحة زمنية بنسبة 7.55% وفي المرتبة الأخيرة ترتبت إفريقيا بنسبة أخبار 3.85% وبمساحة زمنية بنسبة 7.55% وفي المرتبة الأخيرة ترتبت إفريقيا بنسبة أخبار 3.85% وبمساحة زمنية قدرت بـ 4.70%.

احتلت أخبار الدول العربية صدارة الأخبار الدولية نظرا لقربها التاريخي واللغوي والجغرافي، كما يربطها بها تاريخ مشترك، وتقريبا مصير مشترك، إضافة إلى أن المنطقة العربية من أكبر بؤر التوتر في العالم خاصة بعد 11 سبتمبر، هذه العلاقات التي ترجمها انتماء الجزائر إلى مختلف مؤسسات الاتحادات العربية كجامعة الدول العربية، والإذاعات العربية، الاتحادات الرياضية والثقافية، إضافة إلى كون المنطقة العربية تعيش في معظمها توترات وحركات سياسية وصراعات داخلية وإقليمية ودولية مختلفة، وأضحت تشكل مراكز أكبر بؤر التوتر والحروب في العالم.

ترتبت أوروبا مباشرة بعد المنطقة العربية لقربها الجغرافي والنفسي من الجزائر، فهي قريبة جغرافيا ولا يفصلها عنها سوى البحر المتوسط، إضافة إلى تواجد جالية جزائرية من أكبر الجاليات العربية في أوروبا، كما تربط الدولة والاتحاد الأوروبي، اتفاقات سياسية وصدقات ومصالح اقتصادية متعددة.

كما كان للبعد الاستراتيجي، كون الجزائر بوابة إفريقيا، وتربطها مصالح سياسية واقتصادية مشتركة، فأوروبا من مراكز اتخاذ القرار في العالم، وقراراتها مؤثرة في العالم.

وجاء ترتيب أخبار المنظمات الدولية في المركز الثالث نتيجة لانتماء الجزائر لعدد من تلك المنظمات، ودور هذه المنظمات وسياساتها ومكانتها التي تعاضمت على المستوى الدولي والعالمي. لكن ما يثير الانتباه حقا هو ترتيب أخبار إفريقيا في المرتبة الأخيرة حتى بعد باقي دول العالم الأخرى، هذه الدول التي تعد بعيدة جغرافيا، وإقليميا وإيديولوجيا، خاصة بعد تحول النظام في الجزائر إلى نظام التعددية الحزبية، فهذا البعد يجعل من أخبار هذه الدول غير مهمة وغير مؤثرة على قرارات وسياسات النظم في الجزائر، وبالتالي فمن الطبيعي أن لا تثير اهتمام القائمين على الأخبار، لكن العكس من ذلك فالجزائر جزء من إفريقيا، وهي قريبة جدا منها جغرافيا وإقليميا، لكن مع ذلك لا تشكل أخبارها مركز اهتمام للمسؤولين على الأخبار في القناة الوطنية، ربما يرجع ذلك إلى تراجع الدور الذي لعبته مختلف المؤسسات الدولية في إفريقيا وهشاشتها، وهشاشة اقتصادها ومختلف منظوماتها نتيجة لتخبطها الدائم في المشاكل ومختلف الصراعات السياسية والأهلية.

**جدول رقم(21) يبين مواضيع الأخبار الدولية التي وردت في نشرة الثامنة حسب المنطقة الإقليمية**

التي تنتمي إليها:

النسبة %	التكرار	باقي دول العالم		المنظمات الدولية		أوروبا		إفريقيا		المنطقة العربية		مواضيع الأخبار الدولية
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
11.54	06	00	00	100	04	10	02	00	00	00	00	سياسية
00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	اجتماعية
00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	اقتصادية
3.85	02	00	00	00	00	00	00	00	00	8.33	02	ثقافية
7.69	04	100	00	00	00	20	04	00	00	00	00	أمنية
53.85	28	00	02	00	00	10	02	100	02	91.6	22	صراعات وحروب
23.08	12	00	00	00	00	60	12	00	00	00	00	رياضية
100	52	100	00	100	04	100	20	100	02	100	24	المجموع
%100		%3.85		%7.69		%38.46		%3.85		%46.15		النسبة المئوية

المصدر هذه الدراسة

نلاحظ من خلال قراءتنا لنتائج هذا الجدول الذي يوضح مواضيع الأخبار الدولية التي تضمنتها نشرة الثامنة حسب المنطقة التي تنتمي إليها، أن الموضوع الغالب في الأخبار الدولية والذي نال أعلى درجة من اهتمام القارئ على الأخبار في التلفزيون الوطني الجزائري، كان موضوع الدراسات والحروب بنسبة 53.83 % وهي نسبة تفوق نصف نسبة الأخبار الدولية كاملة، تليه الأخبار الرياضية مباشرة بنسبة 23.08 %، ثم الأخبار السياسية بنسبة 11.54 %، تليه الأخبار الأمنية بنسبة 7.69 %، ثم الأخبار الثقافية بنسبة 3.85 %، في حين لم تتضمن نشرة الأخبار الرئيسية في التلفزيون الجزائري أي أخبار اجتماعية أو اقتصادية دولية.

كما نسجل من خلال نتائج هذا الجدول اختلافا بين ترتيب أولويات مواضيع الأخبار في نشرة الثامنة بالنسبة للأخبار الوطنية عنها في الأخبار الدولية، ففي حين تصدرت مواضيع الأخبار السياسية قائمة اهتمامات القارئ على الأخبار في التلفزيون الجزائري بالنسبة للأخبار الوطنية، نجدها تتراجع لتحتل المرتبة الثالثة في أجندة اهتماماتهم بالنسبة للأخبار الدولية، وهو ما يمكن تفسيره بالقاعدة الأساسية للسياسة الخارجية للدولة الجزائرية التي تملك هذه القناة والقائمة على قاعدة عدم التدخل في الشؤون الداخلية للدول، حيث تعتبر القضايا السياسية من شؤون الدول الداخلية لذلك لا تهتم بها، ولا تسعى لإبرازها وبالتالي التدخل فيها، فهي تنقل الأخبار التي لا تعد تدخلا في سياسات الدول ولا مساسا بشؤونها الداخلية.

بينما نلاحظ تقدما واضحا لترتيب أخبار الصراعات والحروب التي تحتل أعلى مرتبة في سلم اهتمامات نشرة الثامنة بالنسبة للأخبار الدولية وبنسبة كبيرة، في حين لا نجدها في الأخبار الوطنية نتيجة لاستقرار الأمني النسبي الذي تعيشه البلاد في هذه الفترة، في حين تكثر الصراعات وبؤر التوتر في مناطق مختلفة من العالم وخاصة المناطق التي نشترك معها في الحدود الجغرافية والانتماء الإقليمي في الدول العربية وإفريقيا، أين توجد جبهات مفتوحة للحروب والصراعات، وما تزال بلدان عربية تعاني تحت وطأة الاحتلال، إضافة إلى المآسي اليومية التي تخلفها هذه الحروب، وانعكاساتها على الأمن الحدودي والوعي الاجتماعي في الجزائر.

تحتل الأخبار الرياضية الدولية مرتبة مهمة ضمن أولويات القارئ على نشرة الثامنة بحيث تترتب مباشرة بعد الصراعات والحروب، وذلك من خلال حرصهم على توفير المعلومات الرياضية التي تهتم الجمهور من المشاهدين، وخاصة أخبار كرة القدم والبطولات الأوروبية التي تعد من أقوى البطولات في العالم، وتملك لها جمهورا واسعا من الجمهور الجزائري، حتى أن كل الأخبار الرياضية الدولية التي ظهرت في نشرة الثامنة أخبارا أوروبية.

احتلت الأخبار الأمنية الدولية المرتبة الرابعة في سلم اهتمامات نشرة الثامنة، نظرا لأهميتها، وقرب مراكز أحداثها جغرافيا ونفسيا من الجزائر هذا من جهة، من جهة أخرى فقد أصبح للأخبار الأمنية أهمية كبيرة على مستوى تلفزيونات العالم، خاصة بعد هجمات 11 سبتمبر في الولايات المتحدة

الأمريكية، وأصبح لأي حدث منها انعكاسات دولية وإقليمية على المستوى السياسي والاقتصادي والعسكري.

في حين لم تحظى الأخبار الثقافية بنفس الدرجة من الاهتمام، لأن من أولويات القناة الوطنية، القناة التي تملكها الدولة أن تبرز الثقافة الوطنية وتعمل على ترسيخ قيم المجتمع الوطنية، فليس من صالحها إبراز ثقافات لدول أخرى حتى ولو كانت هذه الثقافات عربية، كما يوضحه نفس الجدول الذي يظهر أن الأخبار الثقافية الدولية التي تضمنتها نشرة الثامنة هي كلها أخبار ثقافية عربية.

هذا ولم تتضمن نشرة التلفزيون الرئيسية أخبار دولية اجتماعية واقتصادية، على عكس الأخبار الوطنية، لأنها تعمل على تعزيز شعور المشاهدين بالتطور الاجتماعي والاقتصادي الوطني.

نلاحظ أيضا من خلال قراءتنا لهذا الجدول أن أخبار المنطقة العربية احتلت المرتبة الأولى ضمن مراكز اهتمام نشرة الأخبار في التلفزيون الجزائري بنسبة 46.15%، تليها مباشرة أخبار أوروبا بنسبة 38.64%، ثم المنظمات الدولية بنسبة 7.69%، لتترب إفريقيا وباقي دول العالم في المرتبة الأخيرة بنسبة 3.85% لكل منهما.

فقد جاءت أخبار المنطقة العربية ضمن أعلى اهتمامات القارئ على الأخبار في التلفزيون الجزائري لعدة أسباب نذكر منها البعد الإقليمي، بحكم انتماء الجزائر لدول المنطقة العربية، وهو ما ترجم إلى تمثيلها في مختلف التنظيمات العربية، مثل الجامعة العربية، ومجلس الوزراء العرب، والمجلس الاقتصادي العربي وغيرها، إضافة إلى التاريخ المشترك واللغة المشتركة والامتداد الجغرافي المشترك، هذا إضافة إلى تحول المنطقة العربية إلى ساحة صراعات وتوترات إقليمية، دولية، وأهلية، فبالإضافة إلى القضايا العالقة منذ زمن (الصحراء الغربية، والقضية الفلسطينية) برزت صراعات أخرى خاصة بعد حرب الخليج، فظهرت الحرب في العراق، والأزمة السورية والحرب في ليبيا، واليمن، وما سمي بثورات الربيع العربي في كل من تونس ومصر، وما نتج عنها من صراعات. واحتلت أوروبا المرتبة الثانية نتيجة لقربها المكاني والاستراتيجي من الجزائر، فالجزائر تعتبر بوابة إفريقيا على أوروبا، ولا يفصلها سوى البحر الأبيض المتوسط، كما يتواجد بأوروبا جالية جزائرية من بين أكبر الجاليات العربية تتأثر بمختلف الأحداث، هذا إضافة إلى العلاقات الجيو-سياسية والمصالح الاقتصادية التي تجمع الجزائر بالاتحاد الأوروبي، وهو ما يفسر التنوع في مواضيع الأخبار الأوروبية التي تضمنتها نشرة الثامنة في مواضيع رياضية بنسبة 60%، ومواضيع أمنية بنسبة 20% ومواضيع سياسية وصراعات وحروب بنسب متساوية 10% لكل منها.

ترتبت أخبار المنظمات الدولية بعد أوروبا مباشرة بنسبة 7.69% وبنسبة أخبار سياسية 100%، إذ وبالرغم من بساطة نسبة تمثيلها إلا أنها تقدمت على إفريقيا التي تجمعها بالجزائر حدود جغرافية وانتماء إقليمي إيديولوجي وعلاقات اقتصادية وسياسية وأمنية، وهذا يرجع لطبيعة الأخبار

المتداولة، حيث تعاضد دور المنظمات الدولية التي تنظم العلاقات الدولية وتراقبها، في حين تعتبر إفريقيا ضعيفة، وتعيش مشاكل وصراعات متعددة ساهمت في تراجع دورها دوليا. بالنسبة لباقي مناطق العالم، فهي المناطق البعيدة عن الجزائر جغرافيا، وإقليميا وإيديولوجيا، فأخبارها لا تؤثر على النظام في الجزائر وبالتالي لا تشكل مراكز اهتمام للقائمين على الأخبار، إلا إذا كانت تتميز بالضخامة أو كما ظهر في الجدول نتحدث عن أخبار الصراعات والحروب.

**جدول رقم(22) يبين نوع مواضع القضايا العربية حسب الموقع الجغرافي والمساحة الزمنية التي تحتلها في النشرة:**

مواضع المنطقة العربية	التكرار	النسبة %	م ز بالثانية(ثا)	النسبة %
الصحراء الغربية	08	33.93	1222	67.14
ليبيا	02	8.33	38	2.09
الأزمة السورية	04	16.67	276	15.16
العراق	02	8.33	50	2.75
القضية الفلسطينية	06	25	178	9.78
اليمن	02	8.33	56	3.08
مصر	00	00	00	00
تونس	00	00	00	00
المجموع	24	100	1820	100

**المصدر هذه الدراسة**

لاحظنا من خلال نتائج الجدول السابق ترتيب الأخبار العربية(جدول رقم21) في أعلى سلم اهتمامات القائمين على الأخبار في التلفزيون الجزائري مقارنة مع باقي الأخبار الدولية، لذلك حاولنا من خلال هذا الجدول الكشف عن ترتيب مختلف القضايا والصراعات العربية ضمن أولويات نشرة أخبار الثامنة، فكانت النتائج كما يلي: احتلت قضية الصحراء الغربية الصدارة بنسبة أخبار قدرت بـ 33.33% وبمساحة زمنية واسعة بنسبة 67.14%، تلتها أخبار الأزمة السورية بنسبة أخبار 16.67% وبمساحة زمنية تساوي 15.16% ثم أخبار القضية الفلسطينية بنسبة أخبار 25% وبمساحة زمنية قدرت بـ 9.78% ثم أخبار اليمن بنسبة 8.33% وبمساحة زمنية قدرت بـ 3.08%، وبعدها الأخبار الليبية بعدد أخبار يمثل نسبة 8.33% وبمساحة زمنية قدرت بـ 2.09% في حين لم تضم نشرة أخبار التلفزيون الجزائري أي خبر عن الثورة المصرية والثورة التونسية.

في البداية وعلى الرغم من أهمية ودور مصر في الحراك العربي، والعلاقة الجغرافية والأخوية والتاريخية الوطيدة التي تربط بين تونس والجزائر دولة وشعبا، إلا أنها لم أي أخبار عن

هاتين الدولتين، وهذا راجع أولاً إلى أن الأزمة التي طالت البلدين كانت أزمة سياسية داخلية، والنظام الجزائري الذي تعكس مواقفه القناة الوطنية للتلفزيون، مبدأه واضح وصريح في مثل هذه القضايا وهو مبدأ عدم التدخل في القضايا الداخلية للدول، وهذا المبدأ لم يمنع تغطية أحداث ما سمي بالربيع العربي في الدولتين ولكن كانت بطريقة غير مكثفة فقط من خلال ذكر أهم التحولات والأخبار، ثانياً أن هذه الأزمات والأخبار وعلى الرغم من تبعاتها التي لا تزال تحدث إلا أنها لم تعد تشكل مركز اهتمام مختلف القنوات التلفزيونية إلا في حال تطورات جديدة، وذلك في إطار ما يسمى " بدورة حياة القضايا"<sup>(14)</sup>، حيث يعيش الخبر أو الحدث في وسائل الإعلام لمدة معينة ثم يتراجع اهتمام وسائل الإعلام به إلى أن تتوقف عن متابعة حيثياته وأخباره، وهو ما حدث مع الدولتين.

ترتبت قضية الصحراء الغربية في مركز اهتمام القائمين على الأخبار في التلفزيون الوطني الجزائري، فالقناة ملك للدولة وتعتبر عن مواقف النظام تجاه القضايا، والجزائر تتبنى سياسة خارجية تتمثل ملامحها في مناهضة كل أشكال الاستعمار، دعم الشعوب في تقرير مصيرها، ودعم الحركات التحررية عبر العالم، ولطالما اعتبرت الجزائر قضية الصحراء الغربية قضية تصفية استعمار، ولطالما أثرت مواقف الجزائر إزاء هذه القضية على علاقتها مع المملكة المغربية، وحجر عثرة أمام تكوين اتحاد مغاربي، إضافة إلى الموقع الاستراتيجي للصحراء الغربية وموقعها على الحدود الجنوبية الغربية للجزائر، التي تعتبر منفذاً من منافذ الجزائر إلى المحيط الأطلسي، الذي في حال سيطرت المملكة المغربية عليه، ستغير موازين القوى داخل المنطقة ويغلق هذا المنفذ على الجزائر.

كما تستضيف الجزائر على أراضيها في تندوف حركة البوليزاريو ومخيمات اللاجئين الصحراويين، وتقدم لهم الدعم المادي والمعنوي بمختلف أشكاله، وتعمل جاهدة من خلال المنظمات الدولية على ضمان حقهم في تقرير المصير.

احتلت أخبار الأزمة السورية المركز الثاني بالنسبة لأجندة اهتمامات النشرة الرئيسية للأخبار، على حساب القضية الفلسطينية التي تراجعت إلى المرتبة الثالثة، هذه الأخيرة التي طالما شكلت مبدأ للسياسة الخارجية الجزائرية، التي عبر عنها الرئيس الراحل هواري بومدين صراحة بعبارة الشهيرة "أنا مع فلسطين ظالمة أو مظلومة"، وتميزت هذه القضية بالقرب النفسي من المواطن الجزائري الذي يعتبر الدفاع عن فلسطين وتحرير بيت المقدس قضية مقدسة، لقوله تعالى: سبحانه الذي أسرى بعبده ليلاً من المسجد الحرام إلى المسجد الأقصى، الذي باركنا حوله"<sup>(15)</sup>، وبالتالي أهمية هذه القضية وقديستها، إلا أن تعقد الأزمة السورية وما خلفته من آثار على المستوى الإقليمي وعلى المستوى الدولي، خاصة قضايا اللاجئين السوريين الذين هربوا بالملايين إلى مختلف الدول ومنها الجزائر، التي استقبلت عدداً لا بأس به من اللاجئين، إضافة إلى طبيعة وقرب العلاقة بين النظامين الجزائري والسوري، الذي يرجع إلى نفي الأمير عبد القادر مؤسس الدولة الجزائرية الحديثة إليها ومساهمته في حماية المسيحيين بها، ووفاته ودفنه في أراضيها قبل استرجاع جثمانه بعد الاستقلال، إضافة إلى



موقف الجزائر الداعي دائما إلى دعم الاستقرار الداخلي للدول، لغلق الطريق أمام التطرف الديني ومحاربة استفحال ظاهرة المنظمات الإرهابية الدولية.

أما بالنسبة لأخبار اليمن وليبيا والعراق، وبالرغم من عمق وقوة العلاقات التي تجمع هذه البلدان بالجزائر، إلا أن قضاياها أيضا تأثرت بما يسمى بدور حياة القضايا، لذلك لم تحتل مراتب متقدمة في أجندة الأخبار، فعلى الرغم من الجهود التي بذلها وما يزال يبذلها النظام الجزائري للمساهمة في حل الأزمة الليبية والحدود المشتركة التي تجمع بين البلدين، إلا أن أخبارها احتلت المرتبة الأخيرة مقارنة مع باقي أخبار المنطقة العربية في نشرة الثامنة.

### المحور الثالث: المعالجة الإعلامية لأخبار نشرات الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون

#### الجزائري:

جدول رقم (23) بين فئة أنواع المصادر التي اعتمد عليها في تغطية أنواع مواضيع الأخبار في

نشرة الثامنة:

النسبة %	مجموع التكرارات	أخبار دولية		أخبار وطنية		أنواع المصادر
		%	ك	%	ك	
45.45	160	15.83	8	50.76	152	مصادر رسمية
00	00	00	00	00	00	وكالة الأنباء الجزائرية
00	00	00	00	00	00	وكالات الأنباء الخارجية
40.34	142	7.69	4	46	138	مندوبون أو مبعوثون
14.21	50	76.92	40	3.83	10	غير محددة
100	352	52		300		المجموع

#### المصدر هذه الدراسة

تشير بيانات هذا الجدول إلى اعتماد نشرة الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون على المصادر الرسمية بالدرجة الأولى كمصادر للأخبار بنسبة 45.45%، ثم المندوبون والمبعوثون في الدرجة الثانية بنسبة 40.34%، أما المصادر غير المحددة (لم تذكر المصادر) فظهرت بنسبة 14.21%، في حين لم يأتي على ذكر وكالات الأنباء الجزائرية ولا وكالات الأنباء الأجنبية كمصادر للمعلومات في أي خبر منا لأخبار التي تضمنتها نشرة الثامنة.

كما تبين من خلال نفس الجدول اختلاف المصادر الرئيسية التي تعتمد عليها النشرة بالنسبة للأخبار الوطنية عنها في الأخبار الدولية، فبينما تصدر المصادر الرسمية أنواع المصادر المعتمد عليها

للحصول على الأخبار الوطنية بنسبة 50.67%، مقابل نسبة 46% بالنسبة للمندوبين أو المبعوثين، و3.33% مصادر غير محددة، نجدها في الأخبار الدولية تعتمد المصادر غير المحددة اعتمادا رئيسيا بنسبة 76.92%، مقابل 15.38% بالنسبة للمصادر الرسمية، وأخيرا المندوبون أو المبعوثون بنسبة 7.69%.

يظهر اعتماد الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون على المصادر الرسمية بدرجة كبيرة تفوقت حتى على المصادر الذاتية للقناة المتمثلة في المندوبين والمبعوثين، التبعية التامة للقناة لمؤسسات السلطة، التي تتحكم في تدفق الأخبار، وحجمها وطبيعتها، والأفكار القضايا والتوجهات التي تحملها، وهو دليل على الجهة التي تتحكم في سير الأخبار في التلفزيون الجزائري، وطبيعة العلاقة بينهما، بما يفسر حجم الأخبار الرسمية مقارنة مع باقي مواضيع النشرة، كل هذا خدمة لمصالح هذه الجهات الرسمية (السلطة).

كما تعاني نشرة الأخبار من نقص حاد في تنوع المصادر، فقد ثبت من خلال الدراسات الإعلامية أن التعدد والتنوع في المصادر الإخبارية التي تستقي منها القناة الإعلامية أخبارها ومعلوماتها يمثل تنوعا وتعددا في الأخبار التي تبثها، وعلى ذلك الأساس أصبح يقاس نجاح الخدمة الإخبارية بمدى ما تملكه من مصادر إخبارية<sup>(16)</sup>.

فطبيعة العلاقة بين القائمين على الأخبار ومصادر الإخبارية، تترك آثارا واضحة على طبيعة وسمات الرسائل الإخبارية المنتجة، فتسود علاقة التبعية عندما تتم سيطرة المصدر على القائم بالاتصال، أو المسؤول عن الأخبار، ويهدف المصدر إلى السيطرة على الإعلامي ومن ثم على مسار الأخبار، وإذا حدث وسيطر المصدر على الصحفي، فإنه يصيب مباشرة مصداقية الخبر بابتعاده عن معايير الصدق والعدالة<sup>(17)</sup>.

فبالرغم من الإمكانيات المادية الكبيرة التي تتوفر عليها القناة الوطنية من خلال الميزانية الضخمة التي تخصصها لها الدولة سنويا إضافة إلى ما تحققه من مداخيل ناجمة عن الضرائب التي يدفعها المواطنون وتدخل مباشرة إلى حساب القناة، إضافة إلى عائدات الإشهار (إشهارات المؤسسات العمومية)، وبالرغم من الترسانة البشرية التي تتوفر عليها القناة، وخاصة طواقم التغطية والتصوير، وتوزع محطاتها الجهوية في مختلف أركان الجمهورية، يبقى مردود المصادر الذاتية للحصول على الأخبار ضعيفا مقارنة بالمصادر الرسمية، ويظهر هذا الضعف حتى بالنسبة للأخبار الوطنية.

كما بينت النسبة المتواضعة للمصادر الذاتية للقناة (المندوبون) للحصول على الأخبار الدولية، ضعف الأخبار من جانب نقص المندوبين أو المبعوثين المكلفين بتغطية الأخبار الدولية وعدم امتلاك شبكة مصادر ذاتية تعمل في الخارج، حيث كان بإمكان القناة فتح مكاتب في دول مختلفة خاصة مناطق التوتر في الجوار، وفي الدول العربية المختلفة للاستثمار في مجال الأخبار، أو حتى التعاقد مع مراسلين محليين في تلك المناطق، حتى تتحرر من التبعية للوكالات الدولية والشبكات العالمية في هذا

المجال من الأخبار، فعلى الرغم من أن زيادة حدة المنافسة بين المنتجات الإخبارية والإعلامية في العالم أدت إلى التوجه أكثر نحو تفضيل كل وسيلة إعلامية مصادرها الإخبارية الخاصة، حتى تتمكن من منافسة الوسائل والقنوات الإخبارية الأخرى حتى تحقق التميز والانفراد بخطها الإخباري الخاص بها وسط التدفق الهائل للمواد الإخبارية من المصادر العامة، وتحقيق السبق الصحفي<sup>(18)</sup>، تتجه القناة الوطنية إلى معاكسة ما يحدث، نتيجة لطبيعتها غير الربحية، والجو العام الذي نشطت فيه لسنوات الخالية من المنافسة، كونها كانت الوحيدة على الساحة الوطنية في مجال السمعي البصري.

كما سجلنا من خلال نتائج الجدول ظهور نسبة لا بأس بها من المصادر المجهولة التي لم تذكر، وهو وإن كان شكلا من أشكال التعدي على حقوق الملكية الفكرية لتلك المصادر، فهو يطرح إشكالا آخر، بالحديث مصداقية تلك الأخبار التي تنقلها نشرة التلفزيون ومصداقية مصادرها وأمانة القائمين عليها، ويوصي خبراء الإعلام بضرورة التقليل من المصادر المجهولة لأنها قد تؤثر سلبا على مصداقية القناة، فإسناد المعلومات والأخبار إلى مصادرها غاية في الأهمية بالنسبة للقائم على الأخبار والقناة التلفزيونية على حد سواء، لأنها تحمي سمعتها، ويضفي على الخبر المصداقية<sup>(19)</sup>.

كما أن عدم ذكر وكالات الأنباء الجزائرية منها والأجنبية كمصادر للأخبار في النشرة، لا ينفي الاعتماد عليها، حيث تعتبر من أهم المصادر للأخبار، فكل الأخبار الوطنية تصب في وكالة الأنباء الجزائرية لتقوم بإرسالها في شكل برقيات إلى كل وسائل الإعلام بما فيها التلفزيون الوطني، وقد مارست هذه الوكالة احتكارا للأخبار الرسمية والوطنية لأزيد من ثلاث عقود كاملة منذ الاستقلال، كما تعتبر وكالات الأنباء الأجنبية أيضا، مصدرا رئيسيا ومن أهم المصادر التي تعتمد عليها نشرات الأخبار في التلفزيون الجزائري للحصول على الأخبار الدولية، حيث يتولى رئيس تحرير النشرة توزيع برقياتها على الصحفيين وتكليفهم بترجمتها وإعادة صياغتها بالأسلوب الصحفي، وتكوين ملفات بخصوص مواضيع معينة<sup>(20)</sup>، وإعدادها للبث في نشرة الأخبار، لكن عدم ذكرها يعود إلى سياسة ربما لا يريد من خلالها القائمون على الأخبار إعطاء الانطباع على الضعف في مردود المصادر الذاتية مقارنة بالمصادر الخارجية، وأنهم لا يملكون ما يكفي من طواقم تغطية لتغطية كل الأحداث التي تدور داخل وخارج الوطن.

يطرح هذا الإشكال بشدة على الساحة الإعلامية الوطنية، التي لا تحترم حقوق الملكية الفكرية بنسبة المعلومات إلى مصادرها الأصلية، وبالتالي السطو على معلومات ومواد إعلامية من مصادرها الأولية ونسبتها في أسوأ حال إلى مصادرها الذاتية، نتيجة للتكلفة الباهظة للاشتراك في وكالات الأنباء المختلفة أو لضعف إنتاج الإعلاميين والصحفيين المشتغلين بها.

وبالعودة إلى نشرة الأخبار، نجد أن المصادر غير المحددة تحتل المرتبة الأخيرة بالنسبة للأخبار الوطنية بنسبة 3.33%، في حين تحتل المرتبة الأولى وبنسبة كبيرة قدرت بـ 73.32% بالنسبة للأخبار الدولية، وهو وإن كان يدل على عدم اهتمام معدي النشرة بالأخبار الدولية، فهو دليل

على عدم احترافية النشرة ونقص مصداقية أخبارها، وكذا تبعيتها الشبه كلية لأجندات خارجية تحدها وكالات الأنباء الأجنبية ومصادر الأخبار التي لم تذكرها، في عرض الأخبار الدولية. في حين تخضع النشرة لتبعية المصادر الرسمية في دوائر السلطة بالنسبة للأخبار الوطنية، مع ضعف ملحوظ في المصادر الذاتية للقناة الوطنية للتلفزيون الجزائري.

**جدول رقم (24) يمثل أنواع التغطيات الإخبارية التي يعتمد عليها تقديم الأخبار في نشرة الثامنة**

أنواع التغطيات الإخبارية	سياسية	اجتماعية	اقتصادية	ثقافية	أمنية	قضاء	رياضية	أخبار الصراعات	تاريخية	جغرافية	ك	%
تغطية حية على الهواء مباشرة	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
تغطية تسجيلية	94	26	22	18	12	02	22	02	10	00	208	69.09
تغطية تمهيدية	00	00	00	00	00	00	02	00	00	00	02	0.57
بدون تغطية	28	00	00	00	56	00	28	26	02	02	142	40.38
المجموع	122	26	22	18	68	02	52	28	12	02	352	100

#### المصدر هذه الدراسة

تشير بيانات هذا الجدول إلى أن الأخبار في نشرة الثامنة تقدم بتغطيات تسجيلية، تغطيات تمهيدية أو بدون تغطية، ولم تقدم الأخبار بتغطية حية على الهواء مباشرة بالنسبة للأخبار التي شملتها عينة الدراسة.

احتلت التغطية التسجيلية المرتبة الأولى بنسبة 59.09%، والأخبار بدون تغطية المرتبة الثانية بنسبة 40.38%، في حين لم تشكل التغطية التمهيدية سوى نسبة 0.57%، كما أظهرت نتائج هذا الجدول أيضا اختلاف في طريقة تقديم الأخبار بتغطيات أو بدون تغطيات حسب طبيعة المواضيع المعالجة، فالأخبار الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والقضائية كلها عولجت وقدمت عن طريق التغطية التسجيلية بنسبة كبيرة مقارنة مع الأخبار والتاريخية فيغلب على تقديمها التغطية التسجيلية بنسبة كبيرة مقارنة مع الأخبار التي قدمت بدون تغطية، في حين قدمت الأخبار الأمنية والرياضية وأخبار الصراعات والحروب بنسبة كبيرة بدون تغطية مقابل نسبة قليلة جدا من الأخبار التي غطتها النشرة تغطية تسجيلية، في حين لم تقدم بتغطية تمهيدية إلا الأخبار الرياضية.

فمن خلال قراءتنا لهذه النتائج نلاحظ تقاربا ملحوظا بين نسب الأخبار التي غطتها أطقم النشرة تغطية تسجيلية وبين حجم الأخبار التي قدمت دون معالجة، مع غياب تام للتغطية الحية، ونسبة قليلة جدا من التغطية التمهيدية، فنوع التغطيات الإخبارية السائدة في النشرة يدل على طبيعة القناة وطبيعة سياستها الإعلامية، فقد سبق وذكرنا في الفصل النظري الثاني الخاص بنشرات الأخبار في التلفزيون<sup>(21)</sup>، أن القنوات التلفزيونية الجادة التي تهتم بالأخبار الجادة والأخبار السياسية، ترتفع بها نسبة الأخبار التسجيلية، مقارنة بالقنوات الترفيهية التي ترتفع بها نسبة الأخبار التمهيدية، كون هذه الأخيرة تهتم بالأخبار الحقيقية، فقد سبق وأظهرت نتائج الجدول رقم(13) الذي بين مواضيع الأخبار التي وردت في النشرة على ظهور الأخبار السياسية بنسبة أكبر في أخبار القناة الوطنية للتلفزيون، وترتبت وراءها مباشرة كالأخبار الاجتماعية الاقتصادية والأمنية، التي تتميز جميعها بكونها أخبار جادة.

لكن على الرغم من كون التغطية التسجيلية تنقل أخبارا عن الحدث من مكان وقوعه والإحاطة بتفاصيله ما يؤكد خاصية الواقعية على الخبر، الذي يكون قد حدث فعلا، إلا أن هذا النوع من التغطيات يقلل من آنية الأخبار التي تقدم مسجلة، ووقعت في وقت سابق قبل النشرة، ومن خلال هذا الوقت(الذي يفصل بين وقع الحدث وبيته في نشرة الأخبار) يمكن التحكم ببساطة في محتوى المادة الإخبارية المسجلة ومعالجتها وتقديمها بطريقة قد تحرف الواقع، من خلال تضخيم زاوية معينة أو تهميش زاوية أخرى، وهو ما يقلل من صدق الأخبار ما يعاب على التغطيات التسجيلية، حيث يمكن حذف تصريحات أو شهادات قد تغير السياق العام والمعنى الذي يحمله الخبر، وكثيرا ما شهدنا احتجاجات من أطراف متعددة مثل الأحزاب السياسية والمواطنين، على طريقة عرض أخبار تخصصهم، بطريقة تختلف كليا عما جاء به الخبر، تحذف مقاطع من كلمات وتصريحات غيرت معناها إلى النقيض، وتركيز الصورة على الأماكن الشاغرة من القاعات التي تضم التجمعات أو العكس، ونقل انشغالات واحتجاجات المواطنين بصورة مغايرة تماما للواقع، ما يتقصص من القيمة الإخبارية وموضوعية ومصداقية الأخبار المسجلة.

ثم إن ارتفاع نسبة الأخبار التي تضمنتها النشرة بدون تغطية، ينقص من قيمتها الإخبارية ودليل على ضعف أدائها، ونقص في أطقم التغطية شبكات المراسلين رغم الإمكانيات المادية والبشرية التي تتوفر عليها القناة وتوفرها لها الدولة.

كما كان لنوع وطبيعة وحجم المواضيع التي تضمنتها أخبار الثامنة أثرا على طبيعة تقديمها للأخبار وارتفاع الأخبار التي قدمت بدون تغطية، كالأخبار الأمنية التي تخضع لخصوصية المؤسسة الأمنية وحساسية أخبارها وخاصة في الجزائر، والأخبار السياسية التي تضمنت رسائل رئيس الجمهورية ومواقف الدبلوماسية الجزائرية، وكذا أخبار الصراعات والحروب، التي تتطلب حضور

مراسلي الحرب لتغطيتها، وهو ما لا تملكه الأخبار في القناة الوطنية الجزائرية ومختلف القنوات التلفزيونية الخاصة، نظرا لطبيعة التخصص (مراسل حرب).

إضافة إلى كل هذا غياب التغطيات الحية التي تضفي على نشرة الأخبار احترافية أكبر وواقعية وصدقا وموضوعية ومواكبة الأحداث، كونها تقدم المواد الإخبارية المرسلة مباشرة وتعكس الواقع كما هو لأنها لا تملك الوقت الكافي للمرور إلى المعالجة (مونتاج، ميكساج،... إلخ)، نتيجة للحرص والحذر الشديدين للقائمين على الأخبار على مراقبة كل المواد الإخبارية التي ستبثها نشرة الأخبار قبل البث، وبالتالي عدم الخوض في مغامرة البث الحي الذي قد يفقدهم السيطرة في أي لحظة من اللحظات على التحكم في مجريات الحدث وبالتالي الوقوع في المحذور، الذي قد يعرض حياتهم المهنية للخطر، فيفضل التأني في نقل الخبر وأخذ كافة تدابير الحيطة والحذر، والتضحية بالسبق الصحفي وأتية الطرح لحساب التأكد من سلامة الأخبار من أي شوائب قد تهدد الأمن السياسي والاجتماعي للدولة.

**جدول رقم (25) يمثل أنواع التغطيات الإخبارية حسب المجال الجغرافي للأخبار:**

النسبة %	ك	أخبار دولية		أخبار وطنية		أنواع التغطيات
		%	ك	%	ك	
00	00	00	00	00	00	تغطية حية على الهواء مباشرة
59.09	208	15.38	8	66.67	200	تغطية تسجيلية
0.57	2	00	00	6.6	2	تغطية تمهيدية
40.34	142	84.62	44	32.67	98	بدون تغطية
100	352	52		300		المجموع

**المصدر هذه الدراسة**

تظهر نتائج هذا الجدول اختلاف نوع التغطيات التي تقدم بها الأخبار في نشرة الثامنة باختلاف المجال الجغرافي الذي تشغله الأخبار، فبينما ترتفع نسبة التغطية التسجيلية في الأخبار الوطنية بنسبة 66.67% مقابل نسبة 32.67% من الأخبار دون تغطية و0.66% من الأخبار بتغطية تمهيدية، نجد أن الأخبار الدولية قدمت بنسبة 84.62% بدون تغطية مقابل 15.38% بتغطية تسجيلية مع غياب للتغطية التمهيدية.

يأتي هذا الاختلاف نتيجة امتلاك المؤسسة الوطنية للتلفزيون لمحطات جهوية للتلفزيون موزعة على مختلف جهات الوطن، شرق وغرب، ووسط وجنوب تقوم بتغطية وتسجيل وإرسال مواد إخبارية عن الأخبار الوطنية لقسم الأخبار، في حين لا تملك المؤسسة مكانة خاصة في خارج الوطن ولا شبكة مراسلين خارجيين، بل تخص نشاطات وأحداث معينة بمبعوثين ينتقلون عن التلفزيون إلى الخارج

لتغطية هذه الأحداث، وغالبا ما يرسل المبعوثون لتغطية نشاطات المسؤولين في الخارج، أو البعثات الرياضية لتغطية المواعيد الرياضية الهامة، لذلك تعتمد الأخبار في القناة الوطنية اعتمادا شبه كلي على المصادر العامة المتمثلة في وكالات الأنباء الدولية والتلفزيونات، والانترنت للحصول على الأخبار الدولية.

جدول رقم (26) يبين القيم السائدة حسب مجال الأخبار في نشرة الثامنة :

النسبة %	(ك)	الأخبار الدولية	أخبار وطنية	القيم السائدة
51,14	180	20	160	الجدة
1,37	4	0	4	الآنية
10,23	36	08	28	الضخامة
63,07	222	20	202	الشهرة
32,95	116	12	104	القرب المكاني
13,07	46	28	18	القرب النفسي
44,32	156	44	112	الصراع
43,75	154	06	148	التنمية
55,11	194	14	180	الواقعية
1,70	06	00	06	الإثارة والغرابة
43,75	154	06	148	التوقع أو النتائج
43,18	152	18	134	الاهتمامات الإنسانية
<b>مجموع الأخبار: 352</b>				

المصدر هذه الدراسة

أظهرت نتائج هذا الجدول أن القيم السائدة في نشرة الثامنة تترتب كما يلي:  
تظهر قيمة الشهرة كقيمة غالبية على الأخبار في التلفزيون الجزائري بنسبة 63,07 % ثم قيمة الواقعية بنسبة 55,11 % بعدها تترتب قيمة الحدة بنسبة 51,14 %، ثم قيمة الصراع بنسبة 44,32 %، تأتي في المرتبة التي تليها كل من قيمتي التوقع أو النتائج والتنمية بنسبة 43,75 % لكل منها ثم قيمة الاهتمامات الإنسانية بنسبة 43,18 % بعدها قيمة القرب المكاني بنسبة 32,35 %، ثم القرب النفسي بنسبة 13,07 %، لترتب بعدها قيمة الضخامة بنسبة 10,23 %، ثم الإثارة والغرابة بنسبة 1,70 % وأخيرا تترتب قيمة الآنية بنسبة 1,37 %.

كما أظهرت نفس النتائج اختلافا في القيم التي تظهر في الأخبار الوطنية والقيم التي يعتمد عليها في الأخبار الدولية، فبالنسبة للأخبار الوطنية تظهر قيمة الشهرة كقيمة رئيسية تصنف على أساسها الأخبار الوطنية، ثم تترتب قيمة الواقعية لتأتي بعدها الجدة، ثم بعدها كل من قيمة التنمية

والتوقع أو النتائج في نفس المرتبة ثم الاهتمامات الإنسانية، الصراع، بالقرب المكاني، ثم الضخامة، القرب النفسي، الإثارة والغرابة، وفي الأخير تأتي قيمة الآنية .

أما فيما يخص الأخبار الدولية فتظهر قيمة الصراع كقيمة محددة بالدرجة الأولى لأهمية الأخبار لتترتب بعدها قيمة القرب النفسي، ثم قيمتي الشهرة والجدة، الاهتمامات الإنسانية، فالواقعية، ثم القرب المكاني، الضخامة، لتترتب بعدها قيمتي التنمية والتوقع أو النتائج، في حين لا تظهر كل من قيمتي الإثارة والغرابة والآنية .

بينت هذه النتائج إن القيمة الأساسية التي يعتمد عليها القائمون على الأخبار في التلفزيون الجزائري لترتيب الأخبار وإعطائها الأهمية والأولوية للظهور في نشرة الأخبار هي قيمة الشهرة، حيث تحدد هذه القيمة، قيمة وأهمية الخبر في النشرة، خاصة في ترتيب الأخبار الوطنية، التي تتمثل في شهرة الشخص الذي صنع الحدث ومركزه الاجتماعي ومكانته السياسية، وهي التي تساعد في بروز الحدث، وهو ما لاحظناه من خلال العدد الكبير من الأخبار ومن المساحة الزمنية يخصصها القائمون على الأخبار لتغطية نشاطات المسؤولين في هرم السلطة وطريقة ترتيبهم للأخبار على أساس المناصب والمراكز التي يشغلونها مقارنة مع حجم الأخبار التي تتحدث عن انشغالات المواطنين، فيعتقد أن المتلقي يهتم عادة بأخبار الشخصيات المرموقة ونشاطاتها وكل ما تقوله من تصريحات، وهي ما ستثير نقاش الجمهور، وكلما زادت شهرة الشخص الذي تتناوله الأخبار كلما زادت أهمية الخبر<sup>(22)</sup>، كما يحرص المسؤولون وخاصة الوزراء وقادة الأحزاب على تغطية نشاطاتهم من طرف التلفزيون لعرضها في نشرة الثامنة، فكثيرا ما سجلت الصحافة المكتوبة تذرهم لعدم حضور طواقم التلفزيون، وكثيرا ما ألغى قادة الأحزاب نشاطاتهم لعدم تلبية طواقم التلفزيون للدعوة، حيث أن وزيرا سابقا في الحكومة الجزائرية صرح في حديث جانبي لأحد صحفيي التلفزيون الجزائري قائلا : "الحدث بالنسبة لي هو حضور التلفزيون وليس النشاط الذي أقوم به"<sup>(23)</sup>.

ثم تظهر قيمة الواقعية بمعنى أن يكون الحدث وقع فعلا، وليس من قبيل الافتعال، فبالرغم من أن تحقق قيمة الواقعية يزيد من مصداقية القناة التلفزيونية عند مشاهديها إلا أن التريث الزائد عن حده وعدم المبادرة إلى البحث عن الأحداث وانتظار الأحداث حتى وقوعها، وإهمال قيمة الآنية التي احتلت المرتبة الأخيرة من ترتيب القيم في أخبار التلفزيون الجزائري يؤثر على مهنية واحترافية القائمين على الأخبار، ويحرم الأخبار التلفزيونية من أهم خاصية تميزها عن الأخبار في الصحافة المكتوبة وهي الآنية، حتى أنه في كثير من الأحيان يضطر المشاهد إلى الانتظار أياما على وقوع الأحداث حتى ينقل التلفزيون الوطني صورها عنها.

كما تظهر كل من قيمتي التنمية والتوقع أو النتائج كقيمتين بارزتين في نشرة الأخبار، فقيمة التنمية من القيم الأساسية التي تهتم بها وسائل الإعلام في الدول النامية حيث اهتمت حكومات تلك الدول اهتماما متزايدا حتى يتسنى لها الوصول إلى مصافي الدول المتقدمة، وهو ما يتطلب بذل مزيد



من الجهد، خاصة في وسائل الإعلام لتفعيل اهتمام الجماهير بقضايا التنمية للخروج من التخلف<sup>(24)</sup>، وتصنف الجزائر من بين هذه الدول النامية أو السائرة في طريق النمو، لذلك تهتم بالتنمية وكل ما ينتج عنها من تطور ونمو على المستوى الاجتماعي والثقافي، كما تبرز قيمة الاهتمامات الإنسانية وإعطاء تلك المواضيع والأخبار خاصة التي تتحدث عن التنمية قيمة الاهتمامات الإنسانية، كل ذلك للحصول على دعم وتأييد للسياسات وبرامج النظام الحاكم في البلاد.

ولا تظهر كثيرا قيمة القرب المكاني في نشرة الأخبار، كون أغلبية الأخبار والمواضيع التي تتناولها نشرة الأخبار تحدث في المراكز الحضرية وبعيدا عن المناطق الداخلية والنائية. وعلى الرغم من أن قيمتي الضخامة والإثارة والغرابة من أكثر القيم التي تحدد أهمية الأحداث والأخبار في القنوات التلفزيونية الغربية، إلا أنها غير مهمة بالنسبة لموعد الأخبار في التلفزيون الجزائري فضخامة الحدث بالنسبة لهم تتمثل في وزن الشخصية التي صنعت الحدث أو يدور حولها الحدث ومكانتها في هرم السلطة، كما لا تعتمد على قيمة الإثارة والغرابة مثلها مثل أغلب التلفزيونات العمومية في العالم الثالث، فتمويلها من طرف الدولة يجعل أهدافها غير ربحية وهو ما يغنيها عن استئثار غرائز وفضول الجمهور لتحقيق جماهيرية أوسع مثلما هو الحال بالنسبة للقنوات التجارية .

وتبرز قيمة الصراع كقيمة محددة لقيمة وأهمية الأخبار الدولية مع أنها بتلك الأهمية بالنيابة للأخبار الوطنية أين لا تبرز إلا من خلال الأخبار الأمنية والأخبار الرياضية التي محورها المنافسة، فهي في الأخبار الدولية أهم قيمة تترتب وتظهر على أساسها الأخبار فقيمة الصراع بشتى أنواعه، وصوره يزيد من قيمة الخبر، لما يحتويه من عناصر العنف والإثارة، والتوتر واحتمالات التغيير، تؤثر على الحالة القائمة<sup>(25)</sup>، لتظهر بعدها قيمة البعد النفسي وكلا من الشهرة والجدة بطريقة توحى كأن بناء نشرة الأخبار الرئيسية في التلفزيون يتميز بازدواجية الرؤية والتفكير، فالأخبار الوطنية تبرز أهميتها من مجموعة من القيم تحدها ملكية القناة للدولة وعلاقتها بالسلطة، فما الذي يحدد القيم التي تعطي أهمية للأخبار الدولية؟ نقول أن هذه النظرة الازدواجية للأخبار ربما تعود إلى كون الأخبار الوطنية اغلب مصادر الأخبار الدولية تعود للتغطيات والمصادر الرسمية، في حين مصادر الأخبار الدولية تعود للوكالات الدولية والعالمية التي تعتمد على تصنيف مغاير للأخبار والأحداث على الرغم من تصنيفها كمصادر غير معلومة لعدم ذكرها في الأخبار.

جدول رقم (27) يمثل القيم السائدة في عناوين النشرة :

النسبة %	(ك)	القيم السائدة
3.03	2	الجدة
00	00	الآنية
15.15	10	الضخامة
100	66	الشهرة
36.36	24	القرب المكاني
13.16	10	الصراع
36.36	24	التنمية
84.85	56	الواقعية
00	00	الإثارة والغرابة
5.26	04	التوقع أو النتائج
5.26	04	الاهتمامات الإنسانية
إجمالي عدد الأخبار في العناوين 66		

المصدر هذه الدراسة

يبين هذا الجدول القيم السائدة في عناوين الأخبار لنشرة الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري، وأظهرت نتائج أن قيمة الشهرة القيمة الأساسية بنسبة 84.85 %، ثم قيمتي القرب المكاني والتنمية بنسبة 36.36 % لكل منهما، ثم قيمة الضخامة بنسبة 15.15 %، وقيمة الصراع بنسبة 13.16 %، لتترتب بعدها قيمتي التوقع أو النتائج والاهتمامات الإنسانية بنفس النسبة 5.62 %، تظهر بعدها الجدة بنسبة 3.03 % في حين لم تظهر كل من قيمتي الآنية والإثارة والغرابة في المواضيع التي عرفت العناوين.

وتبين نتائج هذا الجدول أن قيمة الشهرة هي القيمة الأساسية الأولى التي تحدد على أساسها المواضيع الأساسية والمهمة لترتب في العناوين ومنها في النشرة، فالشخصية تصنع الخبر، وكلما كانت المكانة السياسية والاجتماعية للشخصية مهمة، كلما زاد تأثيرها على الخبر وبالتالي على الحياة السياسية أو الاجتماعية أو الاقتصادية على المستوى الدولي، حيث تعمل الأخبار في نشرة الثامنة على إبراز الشخصيات والأحداث والأماكن والتواريخ المشهورة، لربط المشاهدين بها وإثارة فضولهم حولها.

كما تتميز قيمة الواقعية التي تمنح الأخبار أكثر مصداقية ولكنها بالمقابل لا تهتم بالجدة والآنية كقيم تمنح الإخبار تميزا وقدرا من الاحترافية والمهنية، كما ظهرت قيمتي القرب المكاني والتنمية

كقيمتين بارزتين في العناوين، كون القناة تخدم مصالح النظام والسلطة بذلك تعمل على إبراز جهود الدولة كما سبق وقلنا في الجدول السابق، في مجال التنمية، وأن الأخبار تعالج الأحداث القريبة من المشاهد، وعلى العموم نتائج هذا الجدول جاءت مؤكدة ومعززة لنتائج الجدول السابق حيث كانت القيم التي برزت في العناوين هي نفسها القيم السائدة في نشرة الأخبار.

**جدول رقم (28) يبين اتجاه معالجة الأخبار في نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري:**

النسبة المئوية%	التكرار	اتجاه المعالجة
63.64	224	ايجابي
9.66	34	سلبي
26.70	94	حيادي
100	352	المجموع

**المصدر هذه الدراسة**

تبين من خلال الدراسة أن الاتجاه السائد في معالجة الأخبار هو الاتجاه الإيجابي بنسبة 63.74% ثم الاتجاه الحيادي بنسبة 26.70% وأخيرا الاتجاه السلبي بنسبة 9.66%.

ومن خلال قراءتنا لهذه النتائج نلاحظ ميل القائمين على الأخبار إلى معالجة الأخبار باتجاه ايجابي، مع أن هذا الاتجاه في المعالجة لطالما كان محل انتقاد لوسائل الإعلام في الدول النامية التي تجنح إلى إظهار الأخبار الإيجابية وتغليبها على الأخبار السلبية، وهو ما يؤدي إلى دعم الانتباه إلى المشاكل الموجودة أو التعتيم إعلاميا عليها، وحرمانها من فرصة الظهور إلى العلن وإيجاد الحلول المناسبة لها، فتظهر الواقع الذي يعيش فيه المواطن واقعا جميلا يخلو من المشاكل حتى وإن اضطرت إلى إظهار بعضها فهي تقلل من شأنها، أو تذكر كأخبار لا تحمل أي اتجاه، وهو ما يفسر النسبة القليلة للاتجاه السلبي في معالجة الأخبار في نشرة الثامنة، وهو ما يكرس استمرار الأوضاع على حالها، وتفاقم المشاكل وعدم تحقق النمو والتطور والتقدم الذي كان ولازال شعارا تتغنى به الحكومات ووسائل الإعلام في الدول النامية.

فطبيعة القناة وعلاقتها بالسلطة جعلها تبتعد عن دورها في الإعلام وتسليط الضوء على المواضيع السلبية والتنبيه لها، باستنفاد طاقتها في تجميل الواقع المعاش وعدم البحث في الجوانب السلبية لحشد التأييد والدعم للسلطة.

في وقت تعمل فيه وسائل الإعلام في العالم المتقدم على تسليط الضوء على الأخبار السلبية في مجتمع يتوقع التقدم كل يوم ويسعى إليه، حتى يستطيع إيجاد العلاجات المناسبة لها، ومواصلة مسيرة التقدم، حيث ترى وسائل الإعلام في تلك الدول أن إبراز الأخبار التي تتحدث عن المشاكل والسلبيات

في الإعلام يؤدي الى حسمها وعلاجها، حتى يضمن الأفراد استقرار النظام في بلادهم، لذلك نجدها تشغل مساحة اكبر من الأخبار الايجابية في وسائل الإعلام والتلفزيونات الغربية (26).

كما أظهرت نتائج نفس الجدول اختلاف اتجاه المعالجة بين الأخبار الوطنية التي يغلب عليها الاتجاه الايجابي بنسبة 70%، ثم الاتجاه الحيادي بنسبة 28.67%، ليأتي في الأخير الاتجاه السلبي بنسبة 1.33%، بينما يغلب على اتجاه المعالجة بالنسبة للأخبار الدولية الأخبار السلبية بنسبة 57.96%، ثم الحيادية بنسبة 29.92% وأخيرا الأخبار الايجابية بنسبة 15.38%.

وهذا يمكن إرجاعه ( كما سبق وذكرنا ) إلى خضوع الأخبار الوطنية لأجندة السلطة، نظرا لطبيعة العلاقة التي تربط القناة بالسلطة، وطبيعة القناة وطبيعة ملكيتها ثم إلى نوع المصادر التي تعتمد عليها للحصول على الأخبار، بينما تخضع الأخبار الدولية لمنطق آخر، تحكمه وكالات الأنباء الدولية مع غياب ذكر مصادر للمعلومات وانعدام طواقم لتغطية هذا النوع من الأخبار .

**جدول رقم (29) يبين اتجاه معالجة الأخبار الوطنية حسب المواضيع التي تناولها نشرة أخبار**

**الثامنة:**

اتجاه المعالجة	سياسية	اجتماعية	اقتصادية	ثقافية	أمنية	رياضية	صراعات وحروب	تاريخية	متابعات قضائية	دينية	تكرار	نسبة %
ايجابي	104	24	22	16	14	20	00	08	00	02	210	70
سلبي	00	02	00	00	00	00	00	02	00	00	04	1.33
حيادي	12	02	00	00	48	20	00	02	02	00	86	28.67
المجموع	116	28	22	16	62	40	00	12	02	02	300	100

**المصدر هذه الدراسة**

إضافة إلى كون معالجة الأخبار الوطنية في نشرة أخبار الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون يغلب عليها الاتجاه الايجابي بنسبة 70%، ثم الاتجاه الحيادي بنسبة 28.67% وأخيرا الاتجاه السلبي بنسبة ضعيفة جدا قدرت ب 1.33%، تبين نتائج هذا الجدول اتجاه معالجة مواضيع الأخبار الوطنية، حيث يظهر أن كلا من الأخبار الاقتصادية والثقافية والدينية عولجت مواضيعها كلها باتجاه ايجابي فقط، أما المواضيع السياسية فمن بين 116 خبر جاء 104 باتجاه ايجابي و 12 باتجاه حيادي، ولم يرد خبرا واحدا باتجاه سلبي.

مواضيع الأخبار التاريخية عولجت أغلبها وبمقدار ثلثي الأخبار باتجاه إيجابي، وانقسمت نسبة الثلث المتبقي بالتساوي بين الاتجاه الإيجابي والاتجاه الحيادي، وفيما يخص الأخبار الرياضية فتقاسمت كل من المعالجة الإيجابية والحيادية مناصفة معالجتها، الأخبار الاجتماعية طغى على اتجاه معالجتها، الاتجاه الإيجابي بعدد 24 من 28 خبر في حين كانت 2 معالجة سلبية و2 معالجة حيادية في حين طغى على مواضيع الأخبار الأمنية الاتجاه الحيادي في أغلبها ونسبة قليلة باتجاه معالجة إيجابي حيث لم يظهر الاتجاه السلبي بمعالجة مواضيع الأخبار إلا بنسبة قليلة جدا في المواضيع الاجتماعية والمواضيع التاريخية، ولم تتضمن نشرة الأخبار مواضيع تتحدث عن مشاكل اجتماعية إلا بنسبة قليلة فقط قدرت بـ 2 من مجموع 28 خبر تضمنته النشرة، وتحديث عن مشاكل تسببت فيها مؤسسات الخواص بطريقة برأت فيها الدولة من المسؤولية في حين تحدثت الأخبار التاريخية عن بشاعة وهمجية المستعمر ومعاناة الشعب ومختلف فئاته تحت وطأته.

أما بالنسبة للمواضيع الأمنية والمحاكمات القضائية، فخصوصية هذه المؤسسات وخصوصية نشاطاتها والأخبار التي تصنعها هي ما يحتم على القائمين على الأخبار بمعالجتها باتجاه حيادي. أما فيما يخص باقي المواضيع فالإتجاه الغالب في المعالجة هو الإتجاه الإيجابي الذي يعكس الواقع الجميل والمشجع على الاستقرار واستمرار الأوضاع على ما هي عليه، فالمتابع لنشرة الأخبار في التلفزيون الجزائري وبالخصوص الأخبار الوطنية لا يمكن أن يتوقع إلا أوضاعا مستقرة، خالية من كل أنواع المنغصات أو المشاكل، كل المؤسسات تؤدي أدوارها على أكمل وجه والكل يتفاعل بمستقبل أحسن، والجبهة الاجتماعية مستقرة، فلا حديث عن البطالة، ولا عن أزمة اقتصادية، أو أزمة سكن أو سوء تسيير للمشاريع أو سوء استغلال المال العام، أو أزمة كهرباء أو غاز، أو تدهور للقدرة الشرائية، كلها مواضيع لا تجد لها مكانا في المساحة الزمنية لنشرة الأخبار في التلفزيون الجزائري.

ويفسر هذا الإتجاه قول احد الصحافيين الهنود الذي كتب " نحن ننتمي إلى مجتمعات في طور البناء وإعادة التشكيل، لذلك نحن في حاجة إلى إبراز الإيجابيات لأننا محاطون بقدر كبير من الأمور القيمة والسلبية وإذا تبعنا النمط الغربي فسوف نبرز فقط الجوانب السوداء، ونعاون بدون أن نشعر على تدمير الأعيان والثقة بالنفس التي يستحيل بدونها تحقيق عملية التنمية " (27).

لكن ما يعاب على هذا التبرير أن لا يطلب من وسائل الإعلام غض الطرف عن الجوانب السلبية فقط ولكن التركيز على الأخبار الإيجابية والبناء والتركيز عليها وتضخيمها وهذا بحد ذاته يعتبر كذبا وخداعا للمواطنين الذين لا يجدون من يحذرهم عندما تتجه الأوضاع إلى الأسوأ لا قدر الله، فيجدون أنفسهم مباشرة أمام الهاوية دون سابق إنذار، وهو الدور الرئيسي الذي يجب أن تلعبه وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون.

جدول رقم (30) يبين اتجاه معالجة الأخبار الدولية حسب المواضيع التي تناولها أخبار الثامنة:

تجاه المعالجة	سياسية	اجتماعية	اقتصادية	ثقافية	أمنية	رياضية	صراعات وحروب	تاريخية	متابعات قضائية	دينية	تكرار	نسبة %
ايجابي	00	00	00	02	04	00	02	00	00	00	08	15.38
سلبي	04	00	00	00	00	02	24	00	00	00	30	57.69
حيادي	00	00	00	00	00	10	04	00	00	00	14	29.92
المجموع	04	00	00	02	04	12	30	00	00	00	52	100

#### المصدر هذه الدراسة

تظهر نتائج الجدول بالإضافة إلى بروز الاتجاه السلبي في معالجة مواضيع الأخبار الدولية بنسبة 57.96 % ليأتي بعده الاتجاه الحيادي بنسبة 29.92 % وأخيرا الاتجاه الايجابي بنسبة 15.38 % إلا أن المواضيع السياسية الدولية كلها عولجت باتجاه سلبي، على عكس المواضيع السياسية الوطنية، كما عولجت المواضيع الثقافية والأمنية كلها باتجاه ايجابي في حين طغت على مواضيع الصراعات والحروب الاتجاه السلبي والمواضيع الرياضية الاتجاه الحيادي.

فالقائمون على الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون لا يعتمدون على نفس الأسس لمعالجة الأخبار الدولية فتدقق هذه الأخبار تتحكم فيه وكالات الأنباء الدولية التي تعتمد على مقاييس مغايرة لقياس أهمية الخبر، وهي تركز على الأخبار السلبية، لأنها تعتمد على النظرة الغربية القائمة على إظهار السلبيات أو المشاكل يشرع في إيجاد حلول لها والنقاشات التي تدور عبر وسائل الإعلام حولها هي ما سيساعد على اكتشاف علاجاتها .

جدول رقم (31) يبين اتجاه معالجة الأخبار السياسية الوطنية حسب المواضيع التي تناولتها الأخبار في نشرة الثامنة :

النسبة المئوية %	التكرار	نشاطات المنظمات الوطنية	نشاطات الجماعات المحلية	نشاطات وزارة الخارجية	نشاط الأحزاب	نشاط الأحزاب	وزاري	رئيس الحكومة	نشاط رئاسي	اتجاه المعالجة
89.66	104	04	06	14	00	08	52	08	12	ايجابي
00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	سلبي
10.34	12	02	00	00	10	00	00	00	00	حيادي
100	116	06	06	14	10	08	52	08	12	المجموع

#### المصدر هذه الدراسة

من خلال هذا الجدول الذي يوضح اتجاه المعالجة لمواضيع الأخبار السياسية الوطنية في التلفزيون الجزائري، أن اتجاه المعالجة الايجابي هو الغالب بالنسبة للأخبار السياسية بنسبة 89.66 %، مع نسبة معالجة باتجاه حيادي قدرت ب 10.34 % في حين لم يسجل اي اتجاه معالجة سلبية للأخبار السياسية الوطنية .

كما يظهر من خلال نفس الجدول أن كل الأخبار التي تخص السلطة التنفيذية من نشاط رئاسي ونشاط رئيس الحكومة ونشاط الوزارات ووزارة الخارجية ونشاط الجماعات المحلية كلها كان اتجاه معالجتها ايجابي بنسبة 100%، إضافة إلى أخبار السلطة التشريعية الممثلة في البرلمان .

نشاطات المنظمات الوطنية كان يغلب عليها الاتجاه الايجابي بنسبة الثلثين في حين الثلث المتبقي كان لصالح الاتجاه الحيادي، أما فيما يخص مواضيع الأحزاب السياسي فكان اتجاه المعالجة حيادي 100%.

وتظهر هذه النتائج اتجاه القائمين على الأخبار في القناة الوطنية من مختلف الهيئات والمؤسسات والجهات السياسية، فالقائمون على الأخبار يجتهدون في إظهار مؤسسات الدولة بشكل ايجابي لا تشويه شائبة، بطريقة يظهر فيها انحيازهم التام لها، وتأييد ودعم لا متناهيين لكل ما يمثل رموز الدولة ورموز النظام من أعلى هرم السلطة إلى القاعدة بطريقة تؤثر سلبا على موضوعية الأخبار والحياد الذي يجب أن تتحلى بها.

في حين تتعامل مع مواضيع الأحزاب بطريقة حيادية، فهي لا تدعمها ولا تؤيدها على حساب السلطة، وفي نفس الوقت لا تنتقدتها فتثبت على نفسها الاتهامات التي طالما طالتها من ممثلي الأحزاب، خاصة الأحزاب المعارضة التي تتهم القائمين على الأخبار في التلفزيون بالانحياز الواضح للسلطة وأحزاب السلطة وتهميش كل ما يعارضها.

ونفس الشيء بالنسبة للمنظمات الوطنية، فإذا كانت هذه المنظمات تعلن الولاء للسلطة فهي تتعامل كما تتعامل مؤسسات الدولة، أما إذا كانت تصدح بالمعارضة فتلقى معاملة المعارضة، بما ينعكس على اتجاه معالجة مواضيع أخبارها.

**جدول رقم (32) يبين نوع الصوت المصاحب للأخبار في نشرات الثامنة حسب المجال الجغرافي الذي تشغله الأخبار:**

النسبة %	التكرار	اخبار دولية		أخبار وطنية		نوع الصوت المصاحب للأخبار
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
3.41	12	7.69	4	2.67	8	صوت المعلق فقط
53.41	188	92.31	48	46.67	140	صوت المذيع فقط
43.18	152	7.69	4	49.33	148	صوت الحدث الطبيعي
10.23	36	00	00	12	36	صوت المذيع مع صوت الشخصيات في الحدث
38.64	136	11.54	6	43.33	130	صوت المعلق مع صوت الشخصيات في الحدث
352		52		300		مجموع الأخبار

#### المصدر هذه الدراسة

تشير نتائج هذا الجدول إلى ارتفاع نسبة الأخبار التي قدمت بصوت المذيع فقط في نشرة الثامنة بنسبة 53.41% مقابل 43.18% فقط من الأخبار التي قدمت عن طريق الصوت الطبيعي للحدث، ليترتب بعدها صوت المعلق مع الشخصيات في الحدث بنسبة 38.64%، ثم صوت المذيع مع صوت الشخصيات في الحدث بنسبة 10.23%، ثم أخيراً صوت المعلق فقط بنسبة 3.41%.

كما أظهرت نفس النتائج أن الأخبار الوطنية تصدرتها صوت الحدث الطبيعي بأعلى نسبة قدرت بنسبة 49.33%، ثم صوت المذيع فقط بنسبة 46.67%، بعدها صوت المعلق مع صوت الشخصيات في الحدث بنسبة 43.33%، ثم صوت المذيع مع صوت الشخصيات في الحدث بنسبة 12%، ثم أخيراً صوت المعلق فقط، في حين يتصدر في الأخبار الدولية صوت المذيع فقط بنسبة كبيرة قدرت بـ 92.31%، ثم صوت المعلق مع صوت الشخصيات في الحدث بنسبة 11.54%، ثم أخيراً كلا من صوت المعلق فقط وصوت الحدث الطبيعي بنسبة 7.69% لكل واحد منهما بينما لم يظهر صوت المذيع مع صوت الشخصيات في الحدث بالنسبة للأخبار الدولية.



يعتبر صوت المذيع من أهم العناصر المكونة لنشرة الأخبار التلفزيونية، فهو من يقدم الأخبار وهو من يقرأ العناوين ويمهد للتفصيل في الأخبار، عن طريق إعادة وضع الخبر في سياقه التاريخي والجغرافي وتقديم المعلومات حول الأسباب التي دفعت إلى إبراز ذلك الخبر، وطريقة معالجته إضافة إلى التعقيب والتعليق لإضافة المعلومات للمادة الخبرية المعروضة، لذلك يضيف وجوده صورة وصوتا في الأخبار ترتيباً أكثر وجمالية وألفة لنشرة الأخبار، فالأخبار التلفزيونية المقروءة هي ظاهرة ربما تتفرد بها التلفزيونات العربية (28)، وكلما زاد هذا النوع من الأخبار وجد المذيع نفسه متورطاً في الظهور أمام الكاميرا ليقرا الأخبار لفترة طويلة من الزمن دون توقف، مما سيؤدي بالمشاهد إلى الملل ويفقده الاهتمام بالمشاهدة أمام التلفزيون الذي يتحول إلى إذاعة، لتفقد الرسالة فرصة الوصول بطريقة أكثر جاذبية لكن وجوده لا يجب أن يطغى على أخبار النشرة ليتعدى دوره المهام التي من المفروض أن يقوم بها، التي تحول النشرة إلى مجرد قراءة للأخبار بصوت هذا المذيع بطريقة تفقد معها بريقها، وتفقد الخصاص والمميزات التي أتاحتها لها التلفزيون كوسيلة.

والصوت في اللغة السمعية البصرية ينحصر في أغلب الأحيان في تعليق الصحفي أو تصريحات الأشخاص المستجوبين أو الحاضرين في موقع الحدث، وكلها أصوات لنقل المعلومات والأخبار، لكن يجب أن لا تنسينا الدور الأساسي للصوت الطبيعي أو المباشر للحدث الذي يعطي حيوية للصورة، ويمكن المشاهد من الاندماج مع أجواء الأخبار، لتقلبه بالتالي إلى قلب الحدث ما يعطي عمقا للمواد الإخبارية المعروضة.

فصحيح أن هذه النتائج أظهرت أن الصوت الطبيعي إلى الحدث يحتل المرتبة الثانية من حيث الظهور في نشرة الثامنة، لكن هذا لا ينفي أن قراءة الأخبار بصوت المذيع يطغى على الأخبار، ويحتل المرتبة الأولى ما ينقص من الخصائص التلفزيونية التي يجب أن تتميز بها النشرة، فالصوت المباشر يعتبر بمثابة التوقيع الذي يميز المواد الإخبارية المعروضة من خلال كونه يلتقط جزءاً من الواقع صوتاً وصورة في آن واحد، وفي أحيان كثيرة يمكن اعتبار الصوت الطبيعي لوحده معلومة كاملة ومتكاملة فهو ينقل أجواء الواقع كما هي: (فرحة الانتصار، عنف القصف، عنف الاحتجاجات،... الخ) وتكون هذه المعلومة بهذه الطريقة أقوى كلما كانت مباشرة بدلاً من التعليق عليها عن طريق نص التعليق. فصحيح أن في حالات معينة يكون صوت الحدث الطبيعي اصدق من أي تعبير لكن هذا لا يعني أن نكتفي بعرض الأخبار بتسلسل الصور والأصوات الطبيعية وكفى، بل يجب أيضاً أن يرافقها التعليق الذي يقدمه معد المادة الإخبارية، وتدخلات الشخصيات التي يدور حولها الحدث أو التي كانت شاهدة على الحدث.

وقد أظهرت النتائج هذا الجدول ظهور هذه الأصوات والاعتماد عليها في عرض الأخبار، حيث ترتفع نسبة الأخبار التي ظهر فيها صوت المعلق مع صوت الشخصيات، مقارنة مع الأخبار التي ظهر فيها صوت المذيع مع صوت الشخصيات عن طريق التعليق المباشر لمذيع النشرة على الصور

والمواد الإخبارية المعروضة بنسبة معتبرة كما تعتبر نسبة الأخبار التي ظهر فيها صوت المعلق فقط قليلة ومقبولة إلى حد ما،" طبقا لقاعدة النص الأقل يعطي معان اكبر" (29).

لكن ما يلاحظ أيضا من خلال النتائج هو الاختلاف في عرض الأخبار الوطنية والدولية أيضا، إذ قدمت الأخبار الدولية وبنسبة كبيرة جدا بصوت المذيع فقط الذي يقرأ الأخبار أو يعلق على الصور المعروضة، وهو ما يقلل من أهمية هذه الأخبار وينقص من أهمية خصائص النشرة التلفزيونية ويدل على ضعفها من هذه الناحية.

**جدول رقم (33) يبين نوع الصور المصاحبة للأخبار في نشرة الثامنة :**

النسبة %	التكرار	أخبار دولية		أخبار وطنية		نوع الصور المصاحبة للأخبار
		النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	
71.02	250	80.78	42	69.33	208	صورة فيلمية من موقع الحدث
7.95	28	3.85	2	8.67	26	خريطة أو موقع
9.66	34	3.85	2	10.67	32	شخصية
5.68	20	15.83	8	4	12	أرشفيف
4.54	16	3.85	2	4.67	14	صورة ثابتة
15.34	54	7.69	4	16.67	50	بدون صورة
352		52		300		مجموع الأخبار

المصدر هذه الدراسة

جاءت نتائج هذا الجدول كما يلي:

تستخدم نشرة الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون أنواع مختلفة من الصور المصاحبة للأخبار، كما تقدم أخبارا من دون صور، وتعتمد بالدرجة الأولى على الصور الفيلمية من موقع الحدث بنسبة 71.02% ثم بدرجة ثانية على الأخبار بدون صور بنسبة 15.34%، بعدها صور للشخصيات بنسبة 9.66%، ثم صور خريطة أو موقع بنسبة 7.95%، والاعتماد على صور الأرشفيف بنسبة 5.68% وأخيرا الصور الثابتة بنسبة 4.54%.

كما تختلف نسب الاعتماد على مختلف الصور في الأخبار الوطنية عنها بالنسبة للأخبار الدولية، حيث تصاحب الصور الفيلمية من موقع الحدث الأخبار الوطنية بنسبة 69.33% والأخبار بدون صور بنسبة 16.67% صور الشخصيات بنسبة 10.67%، ثم الخرائط أو المواقع بنسبة 8.67% والصور الثابتة بنسبة 4.67%، وأخيرا الأرشفيف بنسبة 4%.

وتصاحب الصور الفيلمية من موقع الحدث الأخبار الدولية بنسبة 80.78%، بعدها تترتب صور الأرشيف بنسبة 15.83%، والأخبار بدون صورة بنسبة 7.69%، وأخيرا كلا من الخرائط والمواقع وصور الشخصيات والصور الثابتة بنسبة 3.85% لكل منها .

تظهر هذه النتائج اعتماد القائمين على الأخبار في التلفزيون الجزائري على الصور الفيلمية من موقع الحدث بنسبة كبيرة، ما يمنح للأخبار خصوصية التقديم بالاعتماد على الخصائص والمميزات التي أتاحتها التلفزيون (صورة + صورة + حركة)، ما يضيف واقعية أكثر على الأحداث ويمنح حيوية أكبر للنشرة وهي نقطة ايجابية تحتسب للنشرة.

لكن تبقى نسبة الأخبار المقدمة بدون صور مرتفعة مقارنة بالإمكانات المادية والبشرية التي تتوفر عليها القناة الوطنية للتلفزيون، وتظهر عجز الطواقم الإخبارية عن البحث ومتابعة الأخبار، حتى وإن أرجعنا ظهور هذه النسبة من الأخبار بدون صور إلى ارتفاع نسبة المواضيع الأمنية في الأخبار الوطنية خاصة وأن نسبة الأخبار بدون صور ترتفع بالنسبة للأخبار الأمنية الوطنية عنها في الأخبار الدولية بحيث نفسرها على أساس طبيعة المؤسسات الأمنية التي تتحرى الخصوصية، فهذا لا يعني أن هناك عجزا في تغطية باقي المواضيع الأخرى، التي كان يمكن أن تنقل صورها عنها، فمهنة الإعلام التلفزيوني هي مهنة تعتمد بالدرجة الأولى على الصورة، وكل ما هو دون صورة يعني تلقائيا أنه غير تلفزيوني، لكن عادة ما يلجأ الصحفيون التلفزيونيون إلى هذا النوع من الأخبار في حالة الأخبار العاجلة أو الأخبار التي يضطرون إلى التعامل معها كالأخبار الرئاسية أو السياسية التي ترد في اللحظات الأخيرة بحيث لا يتسنى لهم في الوقت المتاح إعداد مادة فيلمية أو وسائل إيضاح مناسبة لها. كما تبرز صور الشخصيات في نشرة الأخبار التي احتلت المرتبة الثالثة، نتيجة لتركز الأخبار حول تلك الشخصيات التي تصنع الأحداث وتعطيها قيمة وأهمية وإمكانية للظهور في النشرة . كما اعتمدت على الصور الثابتة والخرائط والمواقع بالنسبة للأخبار التي لم تقم بتغطيتها لسبب أو لآخر، وترتفع نسبة اعتمادها على هذا النوع من الصور ووسائل الإيضاح في الأخبار الوطنية بينما كانت قليلة في الأخبار الدولية، هذا النوع من الأخبار الذي يفتقد للواقعية التي تمنحها الحركة والصوت والصور الطبيعية للخبر في مكان وقوعه.

وتظهر تسجيلات الأرشيف وهي تسجيلات تملكها القناة عن مواقع أحداث سابقة حدثت في نفس المكان وتصور نفس الظروف التي طبعت مواضيع الأخبار في النشرة، وتستخدم هذه التسجيلات في عرض الأخبار التاريخية تخليدا لمناسبات أو أعياد معينة، يهدف بها القائمون على الأخبار العود بالمشاهد إلى تلك الحقب وإنعاش ذاكرته، كما تستخدم في بعض الأحيان عندما يتعذر الحصول على تسجيلات جديدة لأحداث آنية فتقدم الأحداث عن طريق عرض صور سابقة لأحداث سابقة ومشابهة للأماكن نفسها التي شهدت تلك الأحداث.

فقد تأتي الصورة التلفزيونية المصاحبة للأخبار كأفلام متحركة وصور ثابتة وخرائط متنوعة، لكن كلما زاد اعتماد القنوات التلفزيونية في عرض الأخبار بدون صور أو أفلام كلما تفقد النشرة برقيها، لأن التلفزيون، صورة وصوت قبل كل شيء، لكن في الحالات الاستثنائية يمكن ظهور أخبار بدون صور كما هو الحال في البيانات الرسمية المهمة والأخبار العاجلة .

ويظهر من خلال نوع الصور المصاحبة لكل من الأخبار الدولية والوطنية في النشرة، احترافية المصادر الخارجية للنشرة من خلال سعيها إلى تغطية أكبر قدر ممكن من الأخبار عن طريق التسجيلات الفيلمية من موقع الحدث، مقارنة مع الأنواع الأخرى في حين تتخفف نسبة هذه الصور الفيلمية في الأخبار الوطنية لصالح الأخبار التي قدمت بدون صورة أو باستخدام وسائل الإيضاح والصور الثابتة، بالرغم من أن هذه الأخبار كلها حدثت داخل حدود الدولة وعلى ترابها، نتيجة لافتقار القناة الوطنية للعدد الكافي من المراسلين وأطقم التغطية، وطبيعة بعض مؤسسات الدولة التي لا تسمح بتغطية نشاطاتها وأخبارها نظرا لحساسيتها اتجاه الظهور الإعلامي.

**جدول رقم (34) يبين تطابق الصور مع التعليق في نشرة الثامنة:**

النسبة %	العدد	أخبار دولية		أخبار وطنية		تطابق الصور مع التعليق
		النسبة %	تكرار	النسبة %	التكرار	
1.36	216	30.77	16	66.67	200	الصورة مطابقة للتعليق
38.64	136	69.23	36	33.33	100	الصورة غير مطابقة للتعليق
100	352	52		300		مجموع الأخبار

**المصدر هذه الدراسة**

يتبين من خلال هذا الجدول أن الصور مصاحبة للأخبار لنشرة الثامنة اغلبها مطابقة للتعليق بنسبة 61.36% ، مقابل نسبة 38.64% من الأخبار في النشرة كانت الصورة فيها غير مطابقة للتعليق. كما أظهرت نتائج نفس الجدول أن نسبة 66.67% من الصور المصاحبة للأخبار مطابقة للتعليق في الأخبار الوطنية و33.3% غير مطابقة للتعليق، في حين كانت نسبة 69.23% من الصور غير مطابقة للتعليق في الأخبار الدولية و30.77% مطابقة للتعليق .

وقد عبر ارتفاع نسبة الصور المطابقة للتعليق في النشرة عن نجاحها بنسبة كبيرة والتوفيق بين نص التعليق وتسلسل الصور المصاحبة له، حيث يساعد هذا التطابق في الاستحواذ على انتباه المشاهد وتركيزه أكثر مع الأخبار، وهي من أبرز صفات الأخبار التلفزيونية نتيجة للطبيعة المادية للتلفزيون، حيث يسيطر على سمع المشاهد من خلال تقديمه للمعلومات التي يتعذر نقلها عن طريق الكلمة المنطوقة أو المصورة إذا استعملت كل واحدة على حدة، فمن خلال التأثير الجمعي والمتناسق للكلمة والصورة والحركة يمكن جذب الانتباه<sup>(30)</sup>، كما أثبتت الدراسات أن ما يميز الأخبار التلفزيونية عن

الأخبار في سائر وسائل الإعلام الأخرى، هو اعتمادها على حاسة السمع والبصر معا حيث يكتسب الإنسان المعلومات بنسبة تصل إلى 90% عن طريق حاسة البصر، هذا ويزيد استيعاب المرء للمعلومات بنسبة 35% عند استخدام الصورة والصوت في آن واحد، كما تطول مدة الاحتفاظ بهذه المعلومات عندئذ 55% (31).

فبينما يوفر عرض الصور أو الأفلام الإخبارية أثناء بث الأخبار فرصة للمشاهدة، تمنح الإعلام التلفزيوني تأثيره وقوته الجماهيرية وتعطي الأخبار قيمة أكبر من خلال تصوير الواقع الذي تجري تغطيته إخباريا ويتم نقل أحداثه، وتحمل الكلمات والتعليق عند الشرح والتغيير والتقييم فتتوفر المتطلبات المعلوماتية والخصوصية ويتم من خلالها تحقيق ونقل المغزى الرئيسي للخبر (32).

كما تبقى نسبة الصور غير المطابقة للتعليق في نشرة الثامنة مرتفعة بنسبة كبيرة فهي تفوق ثلث الأخبار في النشرة، وهو ما يؤثر سلبا على تركيز المشاهد درجة متابعتها للأخبار، فعندما لا يتطابق مضمون الصورة مع التعليق الذي يصاحبها يحصل تشويه في ذهن المشاهد، مع أي واحد منهما سيركز وينتبه أكثر، ليجد نفسه مضطرا لبذل مجهود أكثر للربط بينما يراه وما يسمعه، ما يؤدي إلى إحساسه بالتعب والملل بسرعة من الأخبار وبالتالي النفور من متابعة أحداثها، لذلك يجب الانتباه عند اختيار الصور المناسبة للتعليق والكلمات التي تصاحبها، وبذل مجهود أكبر للتنسيق بين محتوياتها لإنجاح العرض الإخباري. ويظهر اهتمام القائمين على النشرة بالأخبار الوطنية وتحرير الصور والتعليق المصاحبة لها من خلال ارتفاع نسبة الصور المطابقة للتعليق في هذا النوع من الأخبار التي يستهدف من خلالها التأثير على المشاهد الوطني واهتمامه بها وتفاعله معها، في حين ينقص اهتمامهم بالأخبار الدولية من خلال ارتفاع نسبة الصور غير المطابقة للتعليق كونها لا تهم المشاهد الوطني بصفة مباشرة.

جدول رقم (35) الأشكال التي وردت ضمنها الأخبار في نشرة الثامنة حسب المجال الجغرافي الذي تمثله:

%	العدد	دولية		وطنية		مجال الأخبار
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
22.73	80	7.69	4	25.33	76	تقرير
42.61	150	80.77	42	36	108	خبر
1.14	4	00	00	1.33	4	حديث
00	00	00	00	00	00	مقابلة
00	00	00	00	00	00	تحقيق
9.09	32	3.85	2	10	30	تعليق
23.86	84	7.69	4	26.67	80	ريبورتاج
0.57	2	00	00	0.67	2	بورترية
100	352	52		300		مجموع الأخبار

#### المصدر هذه الدراسة

تشير نتائج هذا الجدول إلى تنوع الأشكال الخبرية التي وردت ضمنها الأخبار في نشرة الثامنة، أين يتصدر ترتيب قائمة هذه الأشكال الخبر بنسبة 42.61%، ليأتي بعده الريبورتاج بنسبة 23.86%، ثم التقرير بنسبة 22.73%، ثم التعليق بنسبة 9.09%، بعده الحديث بنسبة 1.14% وأخيراً البورترية بنسبة 0.75%، في حين لم تعتمد النشرة على كل من المقابلة والتحقيق .

كما أظهرت النتائج اعتماد النشرة على نفس الأشكال وبنفس الترتيب مع اختلاف في النسب بالنسبة للأخبار الوطنية حيث اعتمدت على الخبر بنسبة 36%، ثم الريبورتاج بنسبة 26.67%، وبعده التقرير بنسبة 25.33%، ثم التعليق بنسبة 10%، وبعده الحديث بنسبة 1.33%، وأخيراً البورترية بنسبة 0.67%.

بالنسبة للأخبار الدولية احتل الخبر صدارة الأشكال التي وردت ضمنها الأخبار الدولية بنسبة 80.77%، ثم التقرير والريبورتاج بنفس المرتبة وبنفس النسبة ب 7.69% خبر التعليق بنسبة 3.85%، مع غياب تام للحديث بالنسبة للأخبار الدولية مقارنة بالأخبار الوطنية.

نلاحظ من خلال هذه النتائج ظهور الخبر بنسبة كبيرة تصدر من خلالها قائمة الأشكال الخبرية الأخرى في النشرة، فالخبر هو النوع الصحفي الرئيسي الذي يقوم بنقل معلومة معينة بشكل ملتزم حول وقائع ملموسة<sup>(33)</sup>، وهو يشكل أساس ونقطة انطلاق لبناء جميع الأنواع الخبرية الأخرى، وهو يتميز بنقل المعلومات والأحداث كما هي بصفة موضوعية، غرضه الإعلام، ولا يتدخل المحرر في

المس بقدرسية الخبر كما هو، باستثناء الصباغة الشكلية له، فلا يبدي فيه رأياً أو يصدر فيه حكماً (34)، فهو من الأنواع الخبرية التي تترك للجمهور حرية تكوين رأيه عن الحدث بمحض إرادته. والخبر التلفزيوني أسرع الأنواع الصحفية في نقل الحدث لأنه يتميز بصغر المساحة الزمنية والإيجاز لأنه يتفادى التفاصيل الزائدة التي ينقلها وسهولة إعداده التي لا تتطلب وقتاً كبيراً لذلك عكس الأشكال الخبرية الأخرى .

وبالرغم من مناسبة سرعته للتلفزيون إلا أن ظهوره بهذه النسبة في النشرة الرئيسية دلالة على حجم الأخبار الرسمية من جهة، الأخبار التي تتحكم في مضمونها المؤسسات والجهات الرسمية، وبذلك لا تترك مجالاً للمحررين للتصرف في مضمونها، بل يكتفون بإعادة صياغتها التشكيلية حتى تصبح صالحة للبت، وفي أغلب الأحيان يقرؤها المذيع بالشكل الذي وردت فيه فهي بهذه الطريقة تظهر بالشكل الذي أراده المسؤولون في السلطة أن تظهر به، وبالتالي تحكمهم في سير الأخبار.

من جهة أخرى تدل نسبة الأخبار في النشرة على ضعف أداء المحررين والقائمين على النشرة، بحيث يكتفون بنقل الأحداث بالاعتماد على أسهل الأشكال دون خوض في التفاصيل ولا محاولة تفسيرها للمشاهدين، أو البحث للتوسع في مضامينها، ولعل ارتفاع نسبة الخبر كشكل من أشكال تقديم الأخبار في النشرة ونسبته الكبيرة التي فاقت ثلثي الأخبار الدولية المعروضة في أخبار الثامنة، دليل واضح على هذا القصور، بحيث لا يتكبد المسؤولون على الأخبار عناء إعادة صياغة الأخبار التي ترد إلى غرفة التحرير من مختلف المصادر، ولا تكليف أطقم التغطية بالنزول إلى الميدان والبحث عن أكثر تفاصيل وتقديمها للمشاهد، بل تقدم كما جاءت وهذا لا يدل مطلقاً على الموضوعية والحياد في نقل الخبر، بقدر ما يدل على عدم الاحترافية ونقص المهنية والاستهتار والكسل والاعتماد على المصادر الخارجية في الحصول على الأخبار، نتيجة دائماً لطبيعة ملكية القناة التي لا تحتم عليها الاجتهاد والسعي لتحقيق الربح حتى تستمر ولا يطالها الوقوع تحت رحمة المنافسة الحرة المتكافئة، فهي تحت رعاية الدولة، وتمول من الخزينة العامة سواء ارتفعت نسب مشاهدتها أم لم ترتفع، فوجودها مضمون، ومكانتها دائماً محفوظة، وأجور موظفيها مدفوعة، ومساحتها الإشهارية مشغولة. كما يدعم التفسير نتائج نفس الجدول التي أظهرت غياب تام لشكلي المقابلة والتحقيق اللذان يتطلبان جهداً مضاعفاً ونزولاً إلى الميدان للحصول على المعلومات والتفاصيل وتقصي الحقائق اللازمة الذي يتطلب تواجداً بالميدان، ومستوى وكفاءة للمندوبين والمراسلين.

ويظهر كل من الريبورتاج والتقرير بنسب متقاربة مع تفوق الريبورتاج على التقرير بنسب قليلة، مباشرة بعد الخبر، مع أن القائمون على الأخبار في التلفزيون لم يميزوا هذان النوعان بحيث قدمت المواد التي يحويها كل منهما باسم التغطية، وهي تسمية ليست دقيقة في الاستدلال على الشكل الخبري، لكن ما يميز الريبورتاج عن التقرير هو إضفاء الأسلوب الوصفي لا التقريري على المادة الإخبارية، وهو ما يعكس ذاتية المحرر واحترافيته في المقدرة على التعبير الوصفي لوصف حيثيات

الخبر، على عكس التقرير الذي هو نوع إخباري بحث يهدف إلى تقديم المعلومات الأساسية على الحدث الذي ينقله تماما مثل الخبر، لكن يختلف عن الخبر في كون هذا الأخير يعطي الحقيقة مجردة، أما التقرير فيفسر ما وراء الخبر، فهو يمتاز بالموضوعية، في نقل الحدث ويدفع بالمتلقي إلى معايشة تفاصيله وتبسيط جوانبها المعقدة وصعبة الفهم.

كما احتل التعليق نسبة لا بأس بها مقارنة مع الحديث والبورترية اللذان لم تعتمد عليهم كثيرا النشرة في عرضها للأخبار، فالتعليق على الخبر يبين رأي الوسيلة ويوضح وجهة نظرها حول حدث أو أحداث معينة، وغالبا ما يكون هذا الرأي مؤيدا وداعما وخاضعا لسياسة وأفكار وإيديولوجيات ومشاريع السلطة، بينما يقدم الحديث رأي الشخصية أو الشخصيات في قضية أو موضوع أو حدث معين ويركز البورترية على تقديم شخصية معينة أو مكان محدد بطريقة يغلب عليها رأي المحرر أو المراسل. ومن خلال هذا العرض وهذه النتائج نجد أن الأشكال الخبرية تغطي على أشكال الرأي في نشرة الثامنة، مع غياب تام للأشكال الاستقصائية، وكأن الأخبار تقوم بوظيفة واحدة هي إعلام المشاهد بما يحدث حوله، دون الخوض في التفاصيل، ودون طرح الآراء يمكن أن تجعل هذا المشاهد يتساءل عن أسباب وقوع هذه الأحداث ومناقشتها، بل عليه تقبلها كما جاءت وتلقيها بسلبية .

والأخبار بهذه الطريقة تفتقد إلى الحيوية والأهمية ولا تلبى كل حاجات جمهورها إلى المعلومات، وبالتالي يتلقاها المشاهد بطريقة سلبية دون أن تثير نقاشات حولها يمكنها أن تساهم في تشكيل رأي عام.

جدول رقم (36) يمثل أشكال الأخبار التي وردت ضمنها مواضيع الأخبار في نشرة الثامنة:

النسبة %	التكرار	دينية	محاكمات وقضايا	تاريخية	صراعات وحروب	رياضية	أمنية	ثقافية	اقتصادية	اجتماعية	سياسية	أشكال الأخبار
22.73	80	2	2	4	2	4	2	0	0	8	56	تقرير
42.61	150	0	0	2	24	22	54	0	0	2	46	خبر
1.14	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	حديث
00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	مقابلة
00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	تحقيق
9.99	32	0	0	0	0	20	6	0	0	0	6	تعليق
23.86	84	0	0	6	2	6	6	18	22	14	10	ريبورتاج
0.57	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	بورترية
مجموع الأخبار 352												

المصدر هذه الدراسة



نلاحظ من خلال نتائج هذا الجدول ما يلي: أن الاعتماد على شكل الخبر في عرض نشرة الأخبار الرئيسية ظهر بشكل كبير في مواضيع كل من الأخبار الأمنية، السياسية، الأخبار الرياضية وأخبار الصراعات والحروب، نظرا لطبيعة هذه المواضيع، فالأخبار الأمنية تمتاز بخصوصية المؤسسة الأمنية الجزائرية التي تتعامل مع وسائل الإعلام بحذر ولا تترك لها حرية تغطية الحدث والتواجد بمكان الحدث إلا في حالات استثنائية خاصة، كما فرضت الحالة المرضية لشخص الرئيس التي قللت من نشاطه من جهة ومحاولة إظهاره للرأي العام بأنه قادر على ممارسة نشاطه عن طريق قراءة البرقيات والرسائل التي يتبادلها مع مختلف القادة في دول العالم والمنظمات والهيئات الدولية من جهة أخرى في الاعتماد على هذا الشكل من الأخبار في عرض الأخبار السياسية، كما يلعب ارتفاع حجم المصادر الرسمية التي يعتمد عليها في الحصول على هذه المواضيع في عرضها بهذا الشكل أيضا، واعتمدت النشرة على شكل الخبر في المواضيع الرياضية من خلال عرض نتائج البطولات والمسابقات الكروية والإعلان عن المواعيد المستقبلية. بالنسبة للصراعات والحروب فكانت نتيجة لافتقار المؤسسة للمراسلين في الخارج وخاصة مراسلي الحرب واعتمادها بشكل شبه كلي على الأخبار التي ترد لها من المصادر الخارجية، لعرضها للمشاهد الجزائري من باب إعلامه بما حدث خارج حدود الدولة بشكل مختصر وسريع دون الخوض في التفاصيل فكان الخبر أنسب شكل لعرض هذه المواضيع.

- اعتمدت النشرة على الريبورتاج لعرض كل من الأخبار الاقتصادية والثقافية والاجتماعية والتاريخية بنسبة كبيرة، حيث أن طبيعة المواضيع التي تناولتها هذه الأخبار التي تسمح لمعدي ومحرري هذه الأخبار بهامش من الحرية، وإبداء رأيهم من خلال وصف الواقع دون الإضرار بمصالح السلطة.
- برز الاعتماد على التقرير بنسبة كبيرة في الأخبار السياسية وذلك من خلال تغطية الأخبار السياسية وإبراز تفاصيلها بطريقة تقريرية حذرة لا تخضع لذاتية المراسل أو المندوب.
- واعتمد على التعليق بنسبة كبيرة في الأخبار الرياضية من خلال التعليق على نتائج المنافسات والبطولات المختلفة بطريقة مركزة وسريعة فكان هو الشكل المناسب لهذا النوع من المواضيع.
- كما استخدم شكل الحديث في مواضيع الأخبار السياسية من خلال الحديث مع شخصيات سياسية لإبراز وجهة نظرها اتجاه قضية أو خبر معين، بطريقة تعكس توجهاتها وأفكارها وآرائها.
- أما البورتريه فاعتمد عليه فقط في المواضيع الاجتماعية من خلال إبراز حالات ونماذج اجتماعية معينة وتسليط الضوء عليها وإبرازها بطريقة تطغى عليها ذاتية المراسل أو المندوب.

فأظهرت نتائج هذا الجدول أن كلاً من المواضيع الأمنية والمواضيع السياسية ومواضيع الصراعات والحروب تغطي على معالجتها الأشكال الخبرية التي تهدف إلى الإعلام بعيداً عن عرض الآراء المختلفة، بينما يعتمد في المواضيع الأخرى على أشكال الرأي في حين تغيب الأشكال الاستقصائية عن معالجة أي من مواضيع الأخبار في نشرة الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون.

**جدول رقم (37) الأطر الإعلامية المستخدمة تبعاً لمواضيع للأخبار التي وردت في نشرة الثامنة:**

الأطر الإعلامية	السياسية	الاجتماعية	الاقتصادية	الثقافية	الأمنية	الرياضية	صراعات وحروب	تاريخية	محاكمات قضائية	دينية	تكرار	نسبة %
إطار الصراع	00	00	00	00	58	62	26	8	2	00	156	44.32
الاهتمامات الإنسانية	42	28	20	18	00	00	12	12	00	2	134	38.07
النتائج الاقتصادية	74	12	22	00	30	00	06	00	2	00	146	41.48
الإطار الأخلاقي	26	2	00	00	44	2	10	6	2	2	94	26.70
إطار المسؤولية	104	6	00	00	64	2	8	8	2	2	196	55.68

**المصدر هذه الدراسة**

أظهرت نتائج هذا الجدول أن الأطر الإعلامية في نشرة الثامنة تختلف باختلاف مواضيع الأخبار، ففي الأخبار السياسية اعتمد القائمون على النشرة على إطار المسؤولية بنسبة أكثر، ثم إطار النتائج الاقتصادية، بعدها إطار الاهتمامات الإنسانية وأخيراً الإطار الأخلاقي، ولم يظهر إطار الصراع أبداً.

واستخدم إطار المسؤولية من خلال إبراز قيمة المناصب والسلطة التي منحها للشخصيات والبحث عن الإجراءات الوقائية لتفادي وقوع المشاكل والأزمات، كما أظهرت النتائج الاقتصادية التي ستعود على الأفراد والجماعات من خلال اتخاذ تلك التدابير ومحاكاة عاطفة المشاهد لكسب تأييده للمسؤولين، في حين لم يستخدم إطار الصراع الذي غالباً ما تستخدمه وسائل الإعلام في أوقات الانتخابات والحملات الانتخابية، ونقل أحداث الصراعات والحروب.

وفي المواضيع الاجتماعية استخدم كل من إطار الاهتمامات الإنسانية والنتائج الاقتصادية، بعدها إطار المسؤولية وأخيراً الإطار الأخلاقي، حيث عولجت المواضيع الاجتماعية بطريقة خوطبت بها عاطفة المشاهد من خلال إظهار الاهتمام بانشغالاته وبالتمنية الاقتصادية ومن ثم التلميح إلى النتائج الاقتصادية التي ستعود عليه من خلال تلك الجهود التي تبذلها الدولة في الجانب الاجتماعي، ثم إطار المسؤولية عن طريق التركيز على دور المسؤولين في إيجاد حلول والبحث عن حلول لتفادي

وقوع مشاكل، ولم يظهر استخدام الإطار الأخلاقي بنسبة كبيرة في تأطير المواضيع الاجتماعية، كما لم يستخدم إطار الصراع نتيجة لطبيعة المعالجة، كما سبق وأظهرت نتائج الجدول رقم (30) حيث كانت المعالجة الإيجابية للمواضيع الاجتماعية هي التي طغت على نوع المعالجة، واعتمدت النشرة على إطارين لا غير في المواضيع الاجتماعية، إطار النتائج الاقتصادية، من خلال إبراز النتائج التي ستحقق من خلال المشاريع التنموية والاستثمارات في القطاع الاقتصادي، وعرضت هذه المشاريع والنتائج في إطار يخاطب عاطفة المشاهد من خلال دعم وتأييد السلطة وإظهارها بوجه الشخص الكريم الذي يرعى مصالح الأمة.

وفي المواضيع الثقافية استخدم القائمون على النشرة إطار الاهتمامات الإنسانية كإطار وحيد من خلال التركيز على الموروث الثقافي وترسيخه في وجدان المشاهد كونه جزء لا يتجزأ من شخصيته وتاريخه وحاضره ومستقبله.

في المواضيع الأمنية استخدم كل من إطار المسؤولية، إطار الصراع، إطار الأخلاقي، والنتائج الاقتصادية بالترتيب الذي وردت به، فكان إطار المسؤولية هو الغالب عن طريق إبراز والمسؤولين عن محاربة الجريمة والمسؤولين عن الجريمة، والصراع الدائم بين الخير والشر، والالتزام الأخلاقي والمسؤولية الأخلاقية اتجاه المجتمع، والنتائج الاقتصادية التي يمكن أن تتحقق من خلال مكافحة كل أنواع الجريمة وتحقيق الأمن.

استخدمت النشرة إطار الصراع كإطار بارز في المواضيع الرياضية، وكل من الإطار الأخلاقي وإطار المسؤولية بنسبة قليلة جداً، واستخدم إطار الصراع لأن المواضيع الرياضية تقوم أصلاً على المنافسة لتحقيق نتائج جيدة والفوز، واستخدم كل من الإطار الأخلاقي وإطار المسؤولية للحديث في مواضيع الفساد في القطاع.

بالنسبة لمواضيع الصراعات والحروب فاستخدم إطار الصراع بنسبة كبيرة، بعده إطار الاهتمامات الإنسانية ثم الإطار الأخلاقي، بعدها إطار المسؤولية وأخيراً إطار النتائج الاقتصادية، فهذه المواضيع تتحدث وتعالج قضايا الصراعات لذلك يركز على استخدام إطار الصراع، الذي يرافق بإطار الاهتمامات الإنسانية لأن هذه الحروب تخلف مآسي إنسانية لذلك يركز فيها على الطابع الإنساني العاطفي، ويظهر الإطار الأخلاقي من خلال الحديث عن سقوط بعض القيم والانتهاكات التي تمس العدالة والحرية وحقوق الإنسان، وهي أبرز الزوايا التي يركز عليها في مواضيع الصراع، ثم تأتي النتائج الاقتصادية وما تخلفها هذه الحروب والأزمات في مرتبة أخيرة بعد النتائج التي تمس الإنسان وحياته ومبادئه في مرتبة متقدمة من حيث الأهمية.

ويبرز استخدام إطار الاهتمامات الإنسانية في المواضيع التاريخية في المركز الأول ثم إطار الصراع والمسؤولية في المركز الثاني، وبعدها الإطار الأخلاقي، هذه المواضيع تتحدث عن الثورة التحريرية تحاول من خلالها النشرة ترسيخ القيم الوطنية والاعتزاز بالتاريخ وإنجازات الثورة، لذلك

تعالج هذه المواضيع من خلال التركيز على مخاطبة واستهداف ذاكرة وعاطفة المشاهد بالدرجة الأولى، ثم الحديث عن الصراع بين الظلم والخير، وبين الاستعمار والحرية، ومسؤولية المستعمر ووحشيته، ووضع هذا التاريخ في سياقه الديني بالحديث عن التمسك بالمبادئ الدينية والعقائدية وإطاره الأخلاقي من خلال التمسك بحقوق الإنسان ومنها الحرية والعدالة والعلم... الخ.

المحاكمات القضائية استخدمت في عرضها كل من أطر الصراع والنتائج الاقتصادية والإطار الأخلاقي والمسؤولية بنفس الرتبة وبنفس الدرجة، وذلك عن طريق إبراز الصراع بين الجريمة والعدالة ومسؤولية المتهمين عن قضايا معينة في سياق أخلاقي، والنتائج الاقتصادية التي تعود على الأفراد والمجتمع من خلا تطبيق العدالة.

في المواضيع الدينية استخدمت أطر الاهتمامات الإنسانية، الإطار الأخلاقي، وإطار المسؤولية عن طريق الحديث عن المناسبات الدينية في سياق ديني أخلاقي يخاطب وجدان وعقيدة وعاطفة المشاهد، ومسؤولياته الأخلاقية والدينية.

فمن خلال نتائج هذا الجدول يبين استخدام إطار أو أطر إعلامية معينة يحدده وتفرضه طبيعة الموضوع والقيم التي يحملها، والأهداف التي يريد القائمون على الأخبار تحقيقها.

**جدول رقم (38) يبين الأطر الإعلامية المستخدمة تبعاً للمجال الجغرافي للأخبار التي وردت في نشرة الثامنة:**

النسبة %	٢	أخبار دولية		أخبار وطنية		الاطر الإعلامية
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
44,32	156	84,61	44	37,33	112	إطار الصراع
38,07	134	34,61	18	38,67	116	الاهتمامات الإنسانية
41,48	146	15,38	8	46	138	النتائج الاقتصادية
26,70	94	23,08	12	23,29	82	الإطار الأخلاقي
55,68	196	26,92	14	60,67	182	إطار المسؤولية
352		52		300		مجموع الأخبار

#### المصدر هذه الدراسة

تشير بيانات هذا الجدول إلى أن الأطر الإعلامية التي اعتمدت عليها أخبار الثامنة جاءت من حيث درجة الاعتماد عليها حسب الترتيب التالي: احتل إطار المسؤولية النسبة الأكبر قدرت بـ 55.68%، وترتب وراءه مباشرة إطار الصراع بنسبة 44.32% ثم النتائج الاقتصادية المتوقعة بنسبة 41.48% ثم الاهتمامات الإنسانية بنسبة 38.07%، وأخيراً الإطار الأخلاقي بنسبة 26.70%.

واختلف الاعتماد على هذه الأطر في الأخبار الوطنية مقارنة بالأخبار الدولية، حيث ترتب إطار المسؤولية بنسبة أكبر في الأخبار الوطنية بنسبة 60.67% متبوعا بإطار النتائج الاقتصادية بنسبة 46%، ثم الاهتمامات الإنسانية بنسبة 38.67% بعدها إطار الصراع بنسبة 37.33% وقدر أخيرا الإطار الأخلاقي بنسبة 23.29%، في حين احتل إطار الصراع المرتبة الأولى في الأخبار الدولية بنسبة 84.61% ترتب بعدها إطار الاهتمامات الإنسانية بنسبة 34.61% ثم إطار المسؤولية بنسبة 26.92%، الإطار الأخلاقي بنسبة 23.08% وأخيرا النتائج الاقتصادية بنسبة 15.38%.

فمن خلال هذه النتائج نجد أن الأخبار في نشرة الثامنة اعتمدت على مجموعة من الأطر الإعلامية لإبراز أخبار ومواضيع معينة، واعتمدت على إطار المسؤولية بنسبة أكبر حيث ركزت على إبراز الدور الذي تلعبه جهات معينة في القضايا والأحداث والمسؤولية التي جعلتها تبرز في الخبر، ولم يستخدم هذا الإطار بنفس الطريقة في الأخبار الوطنية التي احتلت فيها المرتبة الأولى من حيث الأطر المستخدمة عن الأخبار الدولية التي أخذ فيها المرتبة الثالثة، فقد استخدم هذا الإطار في الأخبار الوطنية من خلال التركيز على الجهات المسؤولة عن اتخاذ التدابير والإجراءات اللازمة لتفادي الوقوع في المشاكل ومواجهة الأزمات، في حين استخدم في الأخبار الدولية بتحميل المسؤولية عن القضايا والصراعات والمشاكل لجهات وأطراف معينة.

كما استخدمت النشرة إطار الصراع الذي يبرز كقيمة من القيم الإخبارية خاصة بالنسبة للأخبار الدولية التي ظهر بها بنسبة كبيرة مقارنة بباقي الأطر الأخرى، في حين احتل المرتبة الثالثة من حيث البروز في الأخبار الوطنية واعتمدت عليه في النشرة من خلال التركيز على النزاع والصراع بين الجماعات والأطراف المتصارعة، بينما برز في الأخبار الوطنية خاصة بالتركيز على المنافسة والصراع بين الجريمة والعدالة.

بالنسبة للنتائج الاقتصادية التي ترتبت في شكل عام في المرتبة الثالثة، حيث ترتبت في الأخبار الوطنية في المرتبة الثانية بينما ترتبت في الأخبار الدولية في المرتبة الأخيرة، حيث ظهرت الأخبار الوطنية من خلال التأكيد على تأثير الأحداث والأخبار على النتائج الاقتصادية وتحقيق النمو الاقتصادي.

ظهر أيضا في النشرة إطار الاهتمامات الإنسانية وكانت نسبه متقاربة في الأخبار الوطنية والأخبار الدولية، واحتل المرتبة الثانية في الأخبار الدولية والمرتبة الثالثة في الأخبار الوطنية، واستخدم في الأخبار الوطنية من خلال التركيز على خلق التفاؤل وتقوية الروح الوطنية وتشجيع الالتفاف حول المشاريع المختلفة التي ترعاها السلطة واستخدم في الأخبار الدولية بإظهار الطابع الدرامي للأحداث وإبراز المآسي الإنسانية التي تخلفها الصراعات والحروب.

وأخيرا برز الإطار الأخلاقي الذي ترتب في الأخبار الوطنية في المرتبة الأخيرة، وترتب في الأخبار الدولية في المرتبة قبل الأخيرة، اعتمد عليه في الأخبار الوطنية من خلال ترتيب الأخبار في

سياقها الديني والأخلاقي، وفي الأخبار الدولية من خلال إبراز القيم الأخلاقية والإنسانية كاحترام حقوق الإنسان وكرامته وغيرها.

ويعود الاختلاف في استخدام الأطر الإعلامية في الأخبار الوطنية والأخبار الدولية إلى الاختلاف في القيم التي ظهرت في النوعين والاختلاف في المصادر التي اعتمدت عليها القناة في الحصول على الأخبار.

مراجع الفصل:

- (1)\_ محمد الفاتح حمدي، عبد القادر عراضة: إنتاج النشرات الإخبارية التلفزيونية، مرجع سابق، ص30.
- (2)\_ قانون الإعلام 1990، المجلس الأعلى للإعلام، الجزائر، ص6.
- (3)\_ عبد الرزاق محمد الديلمي: الخبر في وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص34.
- (4)\_ رضوان بلخيري: مدخل إلى الإعلام الجديد، مرجع سابق، ص149.
- (5)\_ هيثم الهيتي: الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات العربية، مرجع سابق، ص 80.
- (6)\_ أنظر الفصل الثالث: النظم الإعلامية، النظرية الماركسية، ص152.
- (7)\_ عواطف عبد الرحمان: المدرسة الاشتراكية في الصحافة، دار الثقافة الجديدة، القاهرة 1985، ص 70. وللاطلاع أكثر، أنظر كلا من فلاح كاظم، علم الاتصال بالجماهير، ويسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الإعلام.
- (8)\_ أنظر الفصل الثالث، نشأة وتطور التلفزيون الجزائري، التلفزيون الجزائري وإصلاحات سنة 1991، ص174.
- (9)\_ *Le rapport annuel de l'établissement, ENTV, 1996, p 2*.
- (10)\_ تقرير حول وضعية وسائل الإعلام وحرية الصحافة في الجزائر، الفيديوية الدولية للصحفيين، مركز الجزائر، الجزائر 1999، ص4.
- (11)\_ هيثم الهيتي: مرجع سبق ذكره، ص81.
- (12)\_ السعيد بومعيزة: المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 04، 1990، ص13.
- (13)\_ *Elkfiarwaga, D : Le journalisme télévisuel dans le monde Arabe ; OP, Cit, p 6*
- (14)\_ أحمد زكرياء أحمد: نظريات الإعلام، مرجع سابق، ص121.
- (15)\_ سورة الإسراء: الآية 2، 1.
- (16)\_ كرم شلبي: الخبر الصحفي وخطوطه الإسلامية، دار الشرق، جدة ط2، 1988، ص 69.
- (17)\_ عظيم كامل الجميلي، ثناء إسماعيل العاني: صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص169.
- (18)\_ محمد الدويري: الصحافة والصحفي المعاصر، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، ط1، 1996، ص 88.
- (19)\_ عبد الستار جواد: فن كتابة الأخبار، عرض شامل للقوالب الصحفية وأساليب التحرير الحديثة، مرجع سابق، ص 44.
- (20)\_ أنظر الفصل الثالث: النظم الإعلامية والأخبار في التلفزيون الجزائري، الأخبار المقدمة في التلفزيون الجزائري قبل 1989، ص196.
- (21)\_ فلاح كاظم المحنة : البرامج الإذاعية والتلفزيونية، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة بغداد، بيت الحكمة، 1988، ص 244 .
- (22)\_ أنظر الفصل الثاني: نشرات الأخبار في التلفزيون، القيم الإخبارية في التلفزيون، ص92.

- (23)\_ تصريح لوزير التضامن الوطني السابق جمال ولد عباس للصحفي (الجيلالي-ع) القناة التلفزيونية الجزائرية الثالثة .
- (24)\_ عبد الحميد موسى يعقوب: الموضوعية والقيم الإخبارية للإعلام، الدار العالمية للنشر والتوزيع القاهرة، ط1، 2008، ص17.
- (25)\_ المرجع نفسه، ص 61 .
- (26)\_ جيهان احمد رشتى : الإعلام الدولي، دار الفكر العربي، القاهرة، بدون تاريخ، ص 431 .
- (27)\_ المرجع نفسه، ص 448 .
- (28)\_ سليم عبد النبي : الإعلام التلفزيوني، 2014، مرجع سابق، ص 96 .
- (29)\_ المرجع نفسه، ص 113 .
- (30)\_ يحي هندام : تعلم الكبار ومحو الأمية : "مرجع سابق، ص 149.
- (31)\_ محمد فلحي : صناعة العقل في عصر الشاشة، مرجع سابق، ص 23 .
- للاطلاع أكثر : انظر فاروق أبو زيد فن الخبر الصحفي، دراسة مقارنة بين المجتمعات المتقدمة والنامية دار الشروق بيروت.
- (32)\_ للاطلاع أكثر : انظر فاروق أبو زيد فن الخبر الصحفي، دراسة مقارنة بين المجتمعات المتقدمة والنامية دار الشروق بيروت 1981.
- (33)\_ أديب خضور: الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 09.
- (34)\_ نصر الدين العياضي : مبادئ أساسية في كتابة الخبر، المؤسسة الجزائرية للطباعة، ط1، 1994، ص 22.



## الفصل الخامس

### عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية

المحور الأول: وصف عينة الدراسة.

المحور الثاني: عادات وأنماط مشاهدة الأخبار التلفزيونية.

المحور الثالث: ترتيب الأخبار التلفزيونية حسب أولويات الجمهور.

المحور الرابع: اتجاهات الجمهور نحو مضمون نشرة أخبار الثامنة في التلفزيون الجزائري.

**الفصل الخامس****عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية****تمهيد**

بعد الانتهاء من مرحلة جمع البيانات اللازمة للبحث عن طريق توزيع استمارات الاستبيان على مفردات العينة من الجمهور الذي يجب أن ننوه بتفاعله مع موضوع البحث وتعاونيه اللامحدود مع الباحثة، وتعامله بحرص شديد وبوعي تام مع أسئلة الاستبيان، بحيث لم يسجل إلغاء استمارة واحدة. تأتي مرحلة تصنيف هذه البيانات وتحليلها وتفسيرها ثم عرضها. لذلك خصص لها هذا الفصل لتعرض مبوبة في مجموعة من الجداول ومصنفة ضمن أربع محاور كما يلي: يتضمن المحور الأول وصف لعينة الدراسة، المحور الثاني خصص للتعرف على عادات وأنماط مشاهدة الأخبار التلفزيونية، المحور الثالث لترتيب الأخبار التلفزيونية حسب أولويات الجمهور، والمحور الرابع لدراسة اتجاهات الجمهور نحو مضمون نشرة أخبار الثامنة في التلفزيون الجزائري.

**المحور الأول: وصف عينة الدراسة.****جدول رقم (39) يبين توزيع مفردات عينات الدراسة حسب متغير الجنس:**

النسبة المئوية%	التكرار(ك)	الجنس
34	102	ذكر
66	198	أنثى
100	300	المجموع

**المصدر هذه الدراسة**

تشير بيانات هذا الجدول الذي يوضح توزيع متغير الجنس لعينة الدراسة، إلى أن نسبة الإناث أكبر من نسبة الذكور حيث مثلت نسبة الإناث 66% في حين مثلت نسبة الذكور 34% أي ما يقارب الثلث.

والملاحظ من هذا الجدول أن هذه النتائج لا تعكس في الحقيقة التمثيل الحقيقي لمتغير الجنس في المجتمع الجزائري، فعلى الرغم من أن الفكرة السائدة لدى عامة الناس أن نسبة الإناث تفوق نسبة الذكور، لكن الواقع هو العكس فنسبة الذكور تفوق نسبة الإناث في الجزائر بـ 1,04، حيث يمثل الذكور 50,52%، مقابل 49,48% بالنسبة للإناث<sup>(1)</sup>، لكن قد تعكس هذه النسبة حقيقة تمثيل الجنسين في مقاعد الجامعة، حيث نسجل ارتفاعا في المستوى الدراسي للإناث مقابل الذكور، فكلما تدرجنا إلى أعلى في المستويات الدراسية كلما قلت نسبة الذكور وارتفعت نسبة الإناث، ويرجع هذا الارتفاع إلى البرامج التي تبنتها الدولة منذ الاستقلال لتشجيع تعليم البنات وانتشار المؤسسات التعليمية في المناطق

النائية بحيث لم تعد حكرًا على المراكز الحضرية، إضافة إلى إنشاء المعاهد العليا والمراكز الجامعية تقريبا في كل ولايات الجمهورية كل هذا ساعد على تشجيع تعليم الإناث. كما أثر ارتفاع متوسط سن الزواج وانتشار البطالة في أوساط الشباب إلى تغيير نظرة الأسرة لتعليم البنات، حيث أصبحت الأسر تشجع الفتيات على مواصلة الدراسة إلى أعلى المستويات، ولم يعد الزواج هو المستقبل الوحيد للإناث داخل الأسرة.

#### جدول رقم (40) يبين توزيع مفردات عينة الدراسة حسب متغير السن:

النسبة المئوية %	التكرار (ك)	الفئات العمرية
70	210	من 18 إلى أقل من 23 سنة
26	78	من 23 إلى أقل من 30 سنة
4	12	أكبر من 30 سنة
100	30	المجموع

#### المصدر هذه الدراسة

يبين هذا الجدول الخصائص الشخصية لعينة الدراسة حسب متغير السن حيث توزعت مفردات عينة الدراسة حسب متغير السن على ثلاث فئات عمرية، وكانت النسبة الأكبر للفئة العمرية من 18 إلى 23 سنة التي تمثلت 70% من مفردات العينة، تلتها مباشرة الفئة العمرية من 23 سنة إلى 30 سنة بنسبة 26%، ثم أخيرا فئة أكبر من 30 سنة بنسبة 4% .

فصحيح أن الباحثة توجهت عشوائيا إلى مفردات عينة البحث حيث اعتمدت على عينة حصصية عشوائية حسب التخصصات التي تنتمي إليها مفردات العينة، لكن هذه النسبة العمرية تتناسب مع طبيعة مجتمع البحث، حيث تمثل نسبة الطلبة المسجلين في الليسانس أكبر نسبة، ومعروف أن متوسط سن هذه الفئة يكون بين 18 و 23 سنة، بينما يكون عدد الطلبة المسجلين في الماستر قليلا مقارنة عنه في الليسانس ومتوسط عمرهم العادي (في الحالات العادية، إذا أخذنا في الحسبان سن التمدرس في الجزائر مع حساب سنوات الدراسة في مختلف المراحل التعليمية وصولا إلى مرحلة التعليم العالي) يكون بين 23 إلى 30 سنة.

كما أن الفئات العمرية الأكبر من 30 سنة والتي تأخرت عن الدراسة، لا تسجل بنسبة كبيرة في الجامعة، إضافة إلى أن المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف مكان الدراسة لم يفتح بعد التكوين في طور الدكتوراه الطور الثالث لنظام LMD لذلك لم تمثل الفئة العمرية الأكبر من 30 سنة نسبة كبيرة.

**جدول رقم(41) يبين توزيع مفردات عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي:**

النسبة المئوية %	التكرار (ك)	المستوى الدراسي
70	210	ليسانس
30	90	ماسـتر
100	300	المجموع

**المصدر هذه الدراسة**

تبين من خلال نتائج هذا الجدول أن 70% من مفردات العينة يدرسون في طور التكوين الأول ليسانس، و30% منهم يدرسون في المستوى الثاني لطور *LMD* \_ماستر\_ فليس كل من ضمن مقعدا بيداغوجيا في الليسانس سيضمنه في الماستر، لأن التسجيل في الماستر مرتبط بالطاقة الاستيعابية للجامعة من حيث عدد المقاعد البيداغوجية المتوفرة مقارنة مع عدد الحاصلين على شهادة الليسانس، لذلك توضع شروط لالتحاق بهذا الطور من التكوين تمنع عددا منهم من الترتيب والتسجيل في الماستر، فكلما تدرجت المستويات التكوينية تقلص عدد المسجلين فيها مقارنة بمستويات أدنى.

**جدول رقم(42) يبين التخصصات التي تنتمي إليها مفردات العينة:**

النسبة المئوية %	التكرار (ك)	التخصصات
14,36	43	رياضيات وإعلام آلي
21,78	65	علوم الطبيعة والحياة
9,95	30	علوم وتكنولوجيا
22,70	68	علوم اقتصادية وتجارية وعلوم التسيير
24,90	75	لغة وأدب عربي
6,28	19	أدب ولغات أجنبية
100	300	المجموع

**المصدر هذه الدراسة**

تشير نتائج هذا الجدول إلى طبيعة تكوين عينة الدراسة بالنسبة للتخصصات التي تنتمي إليها، حيث جاء تخصص لغة وأدب عربي في المرتبة الأولى بنسبة 24,90%، ثم تخصص علوم اقتصادية وتجارية وعلوم التسيير بنسبة 22,70% في المرتبة الثانية من حيث التمثيل في العينة، متبوعا بتخصص علوم الطبيعة والحياة بنسبة 21,78%، ثم تخصص رياضيات وإعلام آلي بنسبة 14,36%، بعده تخصص علوم وتكنولوجيا بنسبة 9,95%، وأخيرا تخصص أدب ولغات أجنبية بنسبة 6,28%.

وكان تمثيل مفردات العينة بهذه النسب في التخصصات نتيجة لنوع العينة التي اعتمدت عليها الباحثة لدراسة الجمهور، حيث اعتمدت على العينة الحصصية العشوائية، وأعدت إنتاج العينة طبقاً لتمثيل كل تخصص من التخصصات التي ينتمي إليها مجتمع البحث، وعلى ذلك الأساس وزعت الاستمارات على مفردات عينة الدراسة.

### المحور الثاني: عادات وأنماط مشاهدة الأخبار التلفزيونية.

جدول رقم(43) يبين حقيقة متابعة مفردات العينة للأخبار في وسائل الإعلام:

متابعة الأخبار في وسائل الإعلام	التكرار (ك)	النسبة المئوية %
نعم	300	100
لا	00	00
المجموع	300	100

#### المصدر هذه الدراسة

اتضح من خلال هذا الجدول أن كل مفردات العينة يتابعون الأخبار في وسائل الإعلام على اختلاف جنسهم واختلاف مستوياتهم الدراسية وفئاتهم العمرية واختلاف تخصصاتهم، وهو دليل على الأهمية البالغة التي تحظى بها الأخبار في وسائل الإعلام لدى الجمهور.

فعلى الرغم من أن جمهور الدراسة ينتمي إلى فئة الشباب، وعلى الرغم من الفكرة السائدة أن الشباب يهتم أكثر بالمواد الترفيهية على حساب المواد الإعلامية الجادة وخاصة منها الأخبار، غير أن هذه النتائج فندت تلك الأفكار، وبينت أن الأخبار في وسائل الإعلام تملك جمهوراً من فئة الشباب يهتم بها ولا يستطيع إلا التعرض لمحتوياتها، فالأخبار حاجة إنسانية ملحة للفرد الذي يعتبر جزءاً من المحيط الذي يعيش فيه، فهو يؤثر فيه ويتأثر بما يحدث فيه، وتوفر الأخبار معلومات عما يحدث في هذا المحيط وتساعد الفرد الأفراد على فهمها وإدراكها، والتنبؤ بمختلف التغييرات التي يمكن أن تمسه، وما يمكن أن تتركه من آثار عليه، فأحساس الفرد بأنه يملك معلومات عن الواقع الذي يعيشه يعطيه إحساساً بالأمان، وقدرة أكبر على العيش فيه والتفاعل معه، ويعطيه قدرة أكبر على اتخاذ القرارات.

كما أن هذه الفئة من الشباب تعيش مرحلة البحث عن الذات وتكوين الشخصية وتكوين أفكار وقاعدة معلوماتية عن مختلف الأحداث والوقائع، مرحلة تؤهلها للاستعداد والخروج إلى المجتمع والبحث عن مكان تشغله فيه، وتضفي معرفة ونشر الأخبار هيبية واحتراماً للأفراد الذين يتابعون الأحداث<sup>(2)</sup>، وتعطيهم مكانة تميزهم داخل الجماعات التي ينتمون إليها (الأصدقاء، الزملاء، الأسرة... الخ) لحجم المعلومات التي يملكونها حول مواضيع مختلفة، وثراء ثقافتهم وقدرتهم على النقاش في مختلف القضايا، قد تؤهلهم لقيادة الرأي داخل تلك الجماعات، وهي ميزة تجعل من هؤلاء الشباب يسعون إلى الحصول على الأخبار والمعلومات التي تساعدهم على تحقيق ذلك.

**جدول رقم(44) يبين المصادر التي يعتمد عليها أفراد العينة للحصول على الأخبار:**

النسبة المئوية %	التكرار (ك)	مصادر الأخبار
87,12	264	القنوات التلفزيونية
20	60	المحطات الإذاعية
46	138	الصحف المكتوبة
4	12	المجلات
84	252	الانترنت

**المصدر هذه الدراسة**

يبين هذا الجدول المصادر التي يعتمد عليها أفراد العينة للحصول على الأخبار، حيث تحصلت القنوات التلفزيونية على العدد الأكبر من الإجابات بنسبة 87,12%، تلتها مباشرة الانترنت بنسبة 84%، ثم الصحف بنسبة 46%، المحطات الإذاعية بنسبة 20%، وأخيرا المجلات بنسبة 4%.

بينت هذه النتائج تنوع المصادر التي يعتمد عليها الجمهور للحصول على الأخبار، وأن القنوات التلفزيونية لا تزال تتصدر قائمة هذه المصادر من حيث الأهمية عند الجمهور، فقد حازت لها مكانا مميزا عند الجمهور منذ ظهورها، كما ساعدت التطورات التي حصلت على التلفزيون كوسيلة، والتكنولوجيا الجديدة التي تركت آثارها على البث التلفزيوني، وما أتاحت من تطور في أساليب عرض الأخبار ومواكبة للأحداث على الهواء مباشرة، في تعزيز هذه المكانة والمحافظة عليها في نفوس الجماهير.

حيث استطاع التلفزيون أن ينتقل من وسيلة للتسلية ليهيمن على وظيفة الأخبار، فهو يتمتع كجهاز إخباري بالفورية التي تزيد من واقعيته، حيث ينقل الحدث مصورا في لحظته، ويقدم الأحداث مصورة في مشاهد متكاملة، وصورا واقية، وهو ما يميزه عن باقي الوسائل الأخرى، كما ينفرد في مجال الأخبار بتكوين الموقف العاطفي الذي يتجلى في دفع المشاهد إلى الغضب أو الخوف أو الفرح أكثر من الوسائل الأخرى.<sup>(3)</sup>

كما أظهرت نتائج هذا الجدول أن الانترنت أصبحت المنافس الأقوى للقنوات التلفزيونية حيث حصلت على ثاني أكبر نسبة من إجابات الجمهور، وبنسبة تكاد تقارب نسبة الاعتماد على القنوات التلفزيونية، مع تسجيل تراجع لدور المحطات الإذاعية التي كانت حتى فترة الستينات من القرن الماضي تتفوق على كل الوسائل التي ميزت تلك الحقبة<sup>(4)</sup>، فعلى الرغم من كل المميزات والخصائص التي تتوفر عليها المحطات الإذاعية، والانتشار الواسع للمحطات الجهوية والجهود التي بذلتها الدولة لتقريبها من المواطن واهتمامها أكثر بالأخبار المحلية، فهي لا تلاقي اهتماما أكبر من الجمهور.

في حين تحافظ الصحف المكتوبة على مكانة متقدمة بين وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الجمهور للحصول على الأخبار، بالرغم من أنها تفتقر إلى الآنية والفورية في تقديم الأخبار التي تتميز بها الوسائل السمعية البصرية، التي عزز ظهورها والتطورات الهائلة التي مست تقنياتها ووسائلها الجدل حول مصير الصحف المكتوبة خاصة بعد ظهور الصحافة الإلكترونية لكن تقديمها للأخبار بتفاصيل أكثر، وهامش حرية أكبر، وفتح الدولة المجال أمام الخواص في هذا المجال جعلها تحظى باهتمام ومكانة مميزة عند الجمهور.

بالنسبة للإنترنت فقد أصبحت مصدرا مهما من مصادر الأخبار بالنسبة للجمهور الجزائري خاصة فئة الشباب. بحيث ساعدت على تخطي حاجز التعقيم الإعلامي الذي يمكن أن تمارسه مختلف الوسائل الأخرى، خاصة الوسائل التي تملكها الدولة من جهة، وتوفرها على إمكانية التفاعل مع الأخبار والأحداث، ونشر مختلف تفاصيلها، نصا وصوتا وصورة وحركة كما حدثت في الواقع وفي وقت حدوثها، وبالشكل الذي تصدره مختلف وسائل الإعلام (تلفزيون، صحافة مكتوبة، مجلات، إذاعات)، وإمكانية متابعة ما يسجله الشهود العيان من موقع الحدث مباشرة، وقراءة تعليقاتهم، من جهة أخرى.

كما ساهمت التدابير التي اتخذتها الدولة لتحسين خدمة الإنترنت - على الرغم من ضعف سرعة التدفق مقارنة بدول مجاورة- ، وتطوير قطاع الاتصالات اللاسلكية، وسوق متعاملي الهاتف النقال، وانتشار الهواتف الذكية والوسائط المتعددة، في تنامي وتطور الاعتماد على الإنترنت. لتسجل المجالات أدنى نسبة من حيث نوع المصادر المعتمد عليها نتيجة لعدة اعتبارات، أهمها ارتفاع ثمن المجالات مقارنة مع الصحافة المكتوبة والوسائل الأخرى، إضافة إلى افتقار القطاع الإعلامي في الجزائر من حيث المجالات الرائدة والعناوين الكبرى، التي إن وجدت فهي مجالات قليلة العدد مقارنة بباقي الدول التي تملك تقاليد راسخة في هذا المجال وتملك مجالات عريقة منتشرة عبر كل دول العالم، كما أن أغلب المجالات الموجودة في السوق المحلية هي مجالات متخصصة أو مجالات أجنبية باهظة الثمن.

#### جدول رقم(45) يبين ترتيب المصادر التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على الأخبار:

المرتبة الأولى		المرتبة الثانية		المرتبة الثالثة		المرتبة الرابعة		المرتبة الخامسة		مصادر الحصول على الأخبار
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
138	46	144	48	06	02	06	02	00	00	القنوات التلفزيونية
12	04	18	06	54	18	210	70	00	00	المحطات الإذاعية
06	02	66	22	180	60	54	18	06	02	الصحف المكتوبة
00	00	00	00	00	00	06	02	294	98	المجلات

00	00	08	24	20	60	24	72	48	144	الانترنت
100	300	100	300	100	300	100	300	100	300	المجموع

### المصدر هذه الدراسة

أظهرت نتائج هذا الجدول الذي يوضح ترتيب المصادر التي يعتمد عليها الجمهور للحصول على الأخبار من الأهم إلى الأقل أهمية، أن الانترنت يحتل المرتبة الأولى من حيث الأهمية بنسبة 48%، في حين تحتل القنوات التلفزيونية المرتبة الثانية من حيث الأهمية بنسبة 48%، وتحتل الصحف المكتوبة المرتبة الثالثة بنسبة 60%، بينما تحتل المحطات الإذاعية المرتبة الرابعة بنسبة 70%، والمجلات المرتبة الخامسة والأخيرة بنسبة 98%.

يترتب الانترنت كأهم مصدر من مصادر الأخبار التي يعتمد عليها جمهور الدراسة للحصول على الأخبار لاعتبارات عديدة، فهو يضمن الحصول على الخبر المراد الحصول عليه مباشرة، دون عناء انتظار عرض كل الأخبار التي تزامنت مع حدوثه، كما يمكن الاطلاع على الخبر وقت وقوعه بصورة الواقعية وكل التفاصيل التي ترافقه، وهو ما يمنحه مصداقية أكبر، بحيث لا يخضع للمعالجة وإعادة الصياغة وإعادة التركيب والتحليل والعمليات التي تخضع لها الأخبار في وسائل الإعلام الأخرى، ما يجعلها عرضة للتشويه والخضوع لسياسة الوسيلة، وإيديولوجيات الجهات التي تملكها والقائمين عليها، بل يتيح إمكانية متابعة تفاصيل الخبر الواحد من مصادر مختلفة ومن زوايا متعددة في وقت واحد وفي أي وقت يناسب الجمهور 24/24 ساعة.

كما أتاحت الوسائل التكنولوجية الجديدة والوسائل متعددة الوسائط والهواتف الذكية، سهولة الوصول إلى الأخبار، والإطلاع عليها بنقرة واحدة، بكلفة أقل وفي وقتها ودون أي مجهود يذكر. ساهمت هذه التكنولوجيا وتطبيقاتها في ظهور ما يعرف باسم صحافة المواطن، وهي صحافة لها تطبيقات لا علاقة لها مطلقاً بمفاهيم وتطبيقات الصحافة التقليدية، يمارسها أفراد من الجمهور لا علاقة لهم بالمؤسسات الإعلامية التقليدية، فتحت للجمهور آفاقاً واسعة للاطلاع على مجريات الأحداث بعيداً عن الطروحات الإيديولوجية لوسائل الإعلام، والقدرة على المشاركة السياسية والاجتماعية من أي مكان وفي أي زمان، ومن النماذج عن هذه الخدمة أخبار غوغل التي تجمع قصصاً ومقالات إخبارية من مصادر للأخبار تزيد على 150 مصدر من جميع أنحاء العالم، وترتيبها أوتوماتيكياً وتضع أهم وآخر الأخبار في الصدارة فيما يتم تحديث الأخبار كل 15 دقيقة، ولذا فمن المحتمل رؤية قصصاً إخبارية جديدة في كل مرة تراجع فيها الصفحة، تحقق هذه الخدمة الإخبارية مبدأ التخصيص وحق المتصفح في اختيار المادة التي تهتمه، ويمكنه الذهاب مباشرة إلى الموقع الذي نشر الموضوع الذي يريد متابعته بإنشاء أقسام خاصة بالقارئ، مثل أخبار فريقه المفضل، أو الترفيه المفضل لديه.<sup>(5)</sup>



واحتلت القنوات التلفزيونية المرتبة الثانية من حيث الأهمية بعد الانترنت، على الرغم من تصدر التلفزيون قائمة المصادر التي يعتمد عليها جمهور العينة في الحصول على الأخبار، فالقنوات التلفزيونية تقدم عرضا لمختلف الأخبار، صوتا وصورة وحركة كما حدثت في الواقع، لكن هذا العرض تحكمه مواعيد محددة، فإذا فاتنا موعد الفقرة التي تعرض عبرها الأخبار، يتحتم علينا انتظار الموعد الإخباري القادم، كما تقدم الأخبار في عرض إخباري يضم عددا من الأخبار التي يمكن أن لا تهم الجمهور، فيجد نفسه مرغما على متابعة كل العرض أو جزءا منه حتى يستطيع الوصول إلى متابعة الخبر أو مجموع الأخبار التي تهمة، لذلك يبذل الجمهور جهدا أكبر في متابعة الأخبار عبر القنوات التلفزيونية مقارنة مع الانترنت.

وتحتل الصحف المكتوبة المرتبة الثالثة من حيث الأهمية عند الجمهور في الجزائر للحصول على الأخبار وهو ما يؤكد نتيجة الجدول السابق الذي ترتبت فيه الصحف في المرتبة الثالثة من حيث مصادر الحصول على الأخبار، واحتلت الصحف هذه المرتبة وهذه الأهمية عند الجمهور في الجزائر وعلى الرغم من نسب المقرئية التي تسجلها الصحف المكتوبة في الجزائر مقارنة مع النسب المرتفعة التي تسجلها الصحف في الدول المتقدمة، كون الجمهور الذي توجهت إليه هذه الدراسة من الفئة الجامعية التي لها مستوى تعليمي مرتفع لذلك تتجه هذه الفئة إلى قراءة الصحف، كما توفر الصحف المكتوبة تفاصيل أكثر عن الأحداث والأخبار الجارية وتتناولها بكثير من التحليل نظرا لتوفرها على المساحة الكافية والوقت اللازم لتناولها بأكثر دقة وأكثر تفصيل، كما أن طبيعة ملكية الصحف المكتوبة التي تتبع أغلب عناوينها القطاع الخاص<sup>(6)</sup>، دورا في طريقة عرضها للأخبار، ومعالجتها للقضايا والأحداث، بعيدا عن سيطرة الدولة، وجعلها تحظى بمكانة مميزة عند الجمهور كمصادر للأخبار.

بالنسبة للمحطات الإذاعية فقد احتلت المرتبة ما قبل الأخيرة من حيث الأهمية، فهي تقدم الأخبار دون صورة، وهو ما يفقد الأخبار أهميتها خاصة ونحن نعيش عصرا تطبعه الصورة، وتحتل فيه مكانة مهمة لتفسير الأحداث والوقائع وسهولة إدراكها، فالجمهور في هذا العصر أصبح لا يستطيع أن يقتنع بمجرد وصف لفظي لحادث أو لموقف من المواقف وإنما يرغب في أن يرى ذلك بأعينه<sup>(7)</sup>، فالرؤية تعني الإيمان، وتزيد من إمكانية الإقناع، لتستمد الصورة قوتها من تحويل الفكرة المجردة إلى قوة مادية فاعلة<sup>(8)</sup>.

واحتلت المجالات المرتبة الأخيرة من حيث الأهمية، فهي تتميز بدورية الصدور، في فترات متباعدة من الزمن، يمكن أن تفقد خلالها الأخبار أهميتها، كما أن أثمانها باهظة وليست في متناول جميع الفئات.

جدول رقم(46) يبين الوسائل التي تستخدمها مفردات العينة لمتابعة الأخبار:

النسبة المئوية %	التكرار (ك)	الوسائل المستخدمة لمتابعة الأخبار
72	216	التلفزيون
84	252	الهاتف النقال
36	108	اللوحة الإلكترونية
50	150	جهاز الإعلام الآلي المحمول
4	12	جهاز الراديو
36	108	الصحيفة الورقية

## المصدر هذه الدراسة

أظهرت نتائج هذا الجدول أن الوسيلة التي يستخدمها جمهور الدراسة لمتابعة الأخبار بنسبة كبيرة هي الهاتف النقال بنسبة 84%، ويستخدم التلفزيون بنسبة 72%، جهاز الإعلام الآلي المحمول بنسبة 50%، اللوحة الإلكترونية والصحيفة بنسبة 36% لكل واحد منهما، وجهاز الراديو في المرتبة الأخيرة بنسبة 4%.

ونلاحظ أن الوسائل الإلكترونية\_هاتف نقال، جهاز الإعلام الآلي المحمول واللوحة الإلكترونية\_ تحصلت على نسبة مرتفعة بين الوسائل التي يستخدمها الجمهور لمتابعة الأخبار، هذه الوسائل التي يستطيع من خلالها الجمهور استخدام الانترنت كمصدر للحصول على الأخبار بمختلف أنواعها، حيث يوفر الانترنت إمكانية متابعة الأخبار التي تبثها القنوات التلفزيونية، المحطات الإذاعية، الصحافة المكتوبة، الصحافة الإلكترونية، إضافة إلى المدونات والأخبار التي تنقلها مواقع التواصل الاجتماعي، وحصل الهاتف النقال على النسبة الأكبر من الإجابات لسهولة حمله وتنقله مع الفرد إلى أي مكان يقصده، وتوفره على الوسائط التي تسهل خدمة الحصول على الانترنت، وتتنافس شركات متعاملي الهاتف النقال في هذا المجال، وما خلفه من توفر وتنوع الخدمات من 2G إلى 3G و4G.

وحصل التلفزيون على ثاني أعلى نسبة من الوسائل التي يستخدمها جمهور الدراسة لمتابعة الأخبار، وهو ما يؤكد نتيجة الجدول السابق الذي يبين أن التلفزيون يحتل المرتبة الثانية من حيث أهمية المصادر التي يعتمد عليها الجمهور كمصدر للحصول على الأخبار، فعلى الرغم من انتشار وتطور الوسائل التي أتاحتها التكنولوجيا الجديدة، وتطور استعمال الانترنت، ما يزال التلفزيون يحافظ

على مكانة مهمة ضمن هذه الوسائل، لما يتميز به من خصائص تعطي الأخبار صفة الواقعية، إضافة إلى الانفجار الإعلامي في مجال القنوات التلفزيونية والفضائيات، وانتشار القنوات التلفزيونية الإخبارية الخاصة والمتخصصة، التي توفر خدمة الأخبار على مدار الساعة وطوال اليوم.

كما حصلت الصحيفة الورقية على نسبة معتبرة تمثل 36% من إجابات الجمهور، وهي نسبة تساوت مع نسبة اللوحة الإلكترونية، ما يدل على المكانة الهامة التي لا تزال تحتلها الصحف الورقية عند الجمهور على الرغم من سهولة تصفحها وبنفس شكلها الورقي عن طريق تحميل نسخ منها من مواقعها الإلكترونية.

في حين تحصلت وسيلة الراديو على نسبة قليلة جدا من إجابات الباحثين، حيث تراجع استعمال جهاز الراديو، ليس نتيجة لتراجع مسموعية الإذاعات والمحطات الإذاعية ولكن نتيجة لتغير طرق استقبالها، حيث أصبح بالإمكان استقبال المحطات الإذاعية عبر القمر الصناعي باستخدام التلفزيون، كما يمكن استقبالها إلكترونيا عن طريق استعمال الهاتف النقال، اللوحة الإلكترونية، وجهاز الإعلام الآلي المحمول، نتيجة لاندماج الوسائط في وسائل الاتصال التي أتاحتها التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال.

#### جدول رقم (47) يبين طريقة متابعة مفردات العينة لأخبار التلفزيونية:

طريقة متابعة الأخبار	التكرار (ك)	النسبة المئوية %
بصفة دائمة	120	40
بصفة متقطعة	36	12
حسب الظروف	144	48
المجموع	300	100

#### المصدر هذه الدراسة

تشير نتائج هذا الجدول إلى أن 48% من جمهور الدراسة يتابعون الأخبار حسب الظروف، و40% يتابعونها بصفة دائمة، بينما 20% فقط يتابعون الأخبار بصفة متقطعة.

فالنسبة الأكبر من جمهور الدراسة تتابع الأخبار حسب الظروف، فتتردد بين المداومة تارة وبين المتابعة المتقطعة تارة أخرى، فطريقة المتابعة تتغير حسب نوع الأخبار وأهميتها، وحجم وطبيعة الآثار التي تخلفها، ومدى تأثيرها بطريقة مباشرة أو غير مباشرة على الجمهور، كما تتأثر صفة متابعة الأخبار بالظروف التي يمر بها الجمهور من حيث الوقت المتاح، وظروف الدراسة والعمل، وأوقات الفراغ.

وتأتي متابعة الأخبار بصفة دائمة في المركز الثاني من حيث نسبة تمثيل إجابات الجمهور، وهو دليل على الأهمية التي يوليها الجمهور للأخبار التلفزيونية في حياته اليومية، بحيث تصبح عادة

من عاداته وطقسا من طقوسه<sup>(\*)</sup> اليومية التي لا يمكنه الاستغناء عنها، فالمداومة على متابعة الأخبار تبقى الجمهور على إطلاع دائم بمجريات الأحداث والتطورات التي تطرأ عليها، ما يجعله أكثر قدرة على تكوين آراء حولها، وأكثر قدرة على تحليل وتفسير وفهم الواقع.

بينما تحتل نسبة متابعة الجمهور للأخبار بصفة متقطعة المرتبة الأخيرة، حيث يكتفي بمتابعة الأخبار الهامة والضخمة، وهي أخبار ظرفية لا تحدث دائما، أو متابعة الأخبار التي تؤثر مباشرة على ظروف عيشه ومعطيات واقعه.

وقد أثر نمط الحياة وإيقاعها السريع في طريقة ممارسة الفرد لعادات معينة، فأصبح لا يكاد يستطيع أن يجد الوقت الذي يلتفت فيه لمتابعة كل تطورات الواقع وما فيها من أحداث متسارعة ومتشابكة مع بعضها البعض، خاصة مع الانفجار المعلوماتي الكبير ولم يعد من الممكن له تحصيل كل المعلومات مهما كان نوعها مهما فعل، لذلك لجأ الجمهور إلى القيام باختيار معلومات معينة تعالج قضايا ومواضيع تهمة مباشرة، سواء من الناحية الاجتماعية، أو من الناحية الجغرافية\_القرب المكاني\_ أو من الناحية النفسية والوجدانية، وتبقى المواضيع الأخرى هامشية وغير مهمة فإن أتاح له الوقت متابعتها فعل ذلك وإن لم يتمكن من متابعتها فهي غير مهمة.

جدول رقم(48) بين القنوات التلفزيونية الجزائرية التي يعتمد عليها جمهور الدراسة للحصول على

الأخبار التلفزيونية:

النسبة المئوية %	التكرار (ك)	القنوات التلفزيونية الجزائرية
24	72	القناة الوطنية الأرضية
40	120	الجزائرية الثالثة
8	24	Canal Algérie
78	234	قناة النهار
66	198	قناة الشروق
10	30	قناة المغاربية
6	18	قناة البلاد

14	42	قناة الجزائرية
28	84	قناة الهدف
14	42	Kbc
2	6	Numidia News
4	12	لا أشاهد أية قناة جزائرية

#### المصدر هذه الدراسة

أظهرت بيانات هذا الجدول الذي يبين القنوات التلفزيونية الجزائرية التي يعتمد عليها الجمهور للحصول على الأخبار، أن قناة النهار تصدر ترتيب القنوات التلفزيونية الجزائرية التي يعتمد عليها الجمهور بنسبة 78%، تتبعها مباشرة قناة الشروق بنسبة 66%، ثم قناة الجزائرية الثالثة بنسبة 40%، بعدها قناة الهدف بنسبة 28%، ثم القناة الوطنية الأرضية بنسبة 24%، ثم كل من قناتي الجزائرية والخبر Kbc بنسبة 14% لكل واحدة منها، قناة المغاربية بنسبة 10%، قناة Canal Algérie بنسبة 8%، وكانت نسبة من لا يشاهدون أية قناة جزائرية بنسبة 4%، وأخيرا نوميديا نيوز بنسبة 2%.

حصلت قناة النهار على النسبة الأكبر من إجابات الجمهور مقارنة مع باقي القنوات الجزائرية، وترجع هذه النتيجة إلى كونها قناة إخبارية بالدرجة الأولى، وهي أول قناة إخبارية جزائرية خاصة، تخصص معظم فترات بثها لعرض مختلف الأخبار الوطنية والمحلية والدولية.

وترتبت قناة الشروق ثانية من حيث نسب الاعتماد عليها للحصول على الأخبار، وهي أيضا من بين القنوات الأولى الخاصة التي بدأت البث والظهور على الساحة الإعلامية الوطنية.

فتصدرت القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة ترتيب القنوات الجزائرية التي يعتمد عليها الجمهور للحصول على الأخبار، بينما تأخرت القنوات العمومية التي ترتبت في كل من المرتبة الثالثة والمرتبة الخامسة، لكل من الجزائرية الثالثة والقناة الأرضية على الترتيب. ترتيب تقدمت فيه القناة الجزائرية الثالثة على القناة الأرضية نتيجة لجودة صورتها وجودة الإرسال التي يوفرها البث الرقمي مقارنة بالقناة الأرضية، لكن تظهر هذه النتائج أن مكانة هذه القنوات الوطنية العمومية قد بدأت تتراجع لصالح القنوات الخاصة والمتخصصة في مجال الأخبار.

وتقدمت قناة الهدف الرياضية الخاصة على القناة الوطنية الأرضية من حيث درجة الاعتماد عليها، نتيجة للأهمية التي يوليها الجمهور للأخبار الرياضية وخاصة الشباب، كما تحصلت كل من قناة الخبر وقناة الجزائرية وقناة المغاربية على نسب قليلة من اختيارات الجمهور، وترتبت بعدها في مراتب أخيرة قناة Canal Algérie وبنسبة قليلة جدا، كونها قناة موجهة للجالية الجزائرية المتواجدة في أوروبا وبصفة خاصة في فرنسا<sup>(9)</sup>، وناطقة باللغة الفرنسية.

كما أظهرت هذه النتائج أن نسبة معتبرة من الجمهور لا تعتمد على أية قناة جزائرية للحصول على الأخبار، صحيح أنها نسبة قليلة مقارنة بالنسب الأخرى لكنها مرشحة للارتفاع، وتستدعي

الدراسة والاهتمام، نظرا لإمكانية خضوعها لأجندات أجنبية يمكن أن تؤثر سلبا على تفاعلها مع الأخبار الوطنية وتؤثر على آرائها تجاه القضايا الوطنية والقضايا المصيرية للأمة. ولم تتحصل قناة نوميديا نيوز إلا على نسبة قليلة من اختيارات الجمهور، فهي قناة حديثة النشأة مقارنة بالقنوات الخاصة الأخرى هذا من جهة، إضافة إلى أن معظم القنوات التي ترتبت في المراكز الأولى هي قنوات تابعة لعناوين في الصحافة المكتوبة الخاصة، وتعتبر عن خطها الافتتاحي وتوجهاتها السياسية والفكرية، وهي صحف ظهرت مع التعددية الإعلامية التي أقرها قانون الإعلام لسنة 1990<sup>(10)</sup>، استفادت تلك القنوات التلفزيونية من سمعة عناوينها الصحفية ومن قاعدة قرائها التي اكتسبتها طوال سنوات الخبرة في مجال الصحافة المكتوبة.

**جدول رقم (49) يبين دورية مشاهدة الجمهور لأخبار الثامنة في التلفزيون الجزائري:**

النسبة %		التكرار (ك)		دورية مشاهدة أخبار الثامنة	
16	14	48	42	البارحة فقط	دائما
	2		6	منذ حوالي أسبوع	
	00		00	منذ حوالي شهر	
	00		00	أكثر من شهر	
68	2	204	6	البارحة فقط	أحيانا
	16		48	منذ حوالي أسبوع	
	10		30	منذ حوالي شهر	
	40		120	أكثر من شهر	
16	8	48	24	منذ سنة	أبدا
	2		6	منذ سنتين	
	6		18	أكثر من سنتين	
100		300		المجموع	

المصدر هذه الدراسة

تبين من خلال نتائج هذا الجدول أن 68% من الجمهور يشاهدون نشرة أخبار الثامنة في التلفزيون الجزائري أحيانا، بينما يشاهدها نسبة 16% دائما و16% لا يشاهدونها أبدا، كما تبين أن 40% من الجمهور لم يشاهدوا نشرة الثامنة منذ أكثر من شهر، و18% لم يشاهدوها منذ أكثر من أسبوع و16% لم يشاهدوها منذ أكثر من سنة، و16% يشاهدوها منذ البارحة فقط و10% لم يشاهدوها منذ حوالي شهر، و8% لم يشاهدوها منذ سنة و6% لم يشاهدوها منذ أكثر من سنتين، و2% فقط لم يشاهدوها منذ سنتين.

تشير هذه البيانات إلى أن نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري لا تحظى بمتابعة دائمة إلا بنسبة قليلة من الجمهور مقارنة بنسبة الجمهور الذي يتابع النشرة أحيانا فقط، وهي تظهر عزوف الجمهور عن متابعة النشرة خاصة إذا نظرنا إلى النسب المرتفعة التي سجلها الجمهور ممن لم يشاهدوا النشرة منذ شهر، التي تدل على أن نسب الابتعاد عن مشاهدة النشرة مرشحة للارتفاع، في ظل توفر البدائل عن هذه الأخبار من النشرات التي تعرضها مختلف القنوات الجزائرية الخاصة، ومختلف القنوات الفضائية العربية منها والأجنبية التي تحرص على تقديم مختلف الأخبار، فلم تعد هذه القناة التلفزيونية هي الوحيدة على الساحة الإعلامية.

كما تعتبر نسبة الجمهور من الذين لا يشاهدون نشرة الثامنة أبدا ولم يشاهدوها منذ أكثر من سنة نسبة معتبرة، توحى بأن عادات مشاهدة الأخبار بالنسبة لجمهور الدراسة مرشحة لأن تخلوا من مشاهدة نشرة الثامنة، التي لطالما كانت ترتب ضمن أولويات المشاهدة للبرامج بالنسبة للجمهور الجزائري.

#### جدول رقم (50) يبين الأوقات المفضلة لمتابعة الأخبار التلفزيونية:

النسبة المئوية %	التكرار (ك)	الأوقات المفضلة لمتابعة الأخبار التلفزيونية
20	60	الفترة الصباحية
10	30	فترة الظهيرة
24	72	الفترة المسائية
58	174	السهرة

#### المصدر هذه الدراسة

تشير بيانات هذا الجدول إلى أن فترة السهرة تحتل المركز الأول في ترتيب الأوقات التي يفضلها الجمهور لمتابعة الأخبار التلفزيونية، بنسبة 58%، تأتي بعدها الفترة المسائية بنسبة 24%، ثم الفترة الصباحية بنسبة 20%، وأخيرا فترة الظهيرة بنسبة 10%.

وتأتي فترة السهرة في صدارة الأوقات المفضلة لمتابعة الأخبار التلفزيونية، كونها الفترة التي يرتاح فيها الجمهور من كل أنواع الأعباء اليومية، بعد فترة نهار يقضيها الجمهور في ممارسة مختلف

النشاطات (دراسة، عمل)، لذلك تعتبر الفترة المثالية لمتابعة التلفزيون ومتابعة الأخبار التلفزيونية، وتبدأ هذه الفترة من وقت الذرة التي تخصصه القنوات التلفزيونية على اختلاف محتوياتها وانتماءاتها الفكرية والإيديولوجية وطبيعة ملكيتها، للبرامج المهمة ومنها نشرات الأخبار والحصص الإخبارية والحوارية وغيرها من البرامج التي تهدف من خلالها توسيع نسب مشاهدتها، وتخصصه القناة الوطنية للتلفزيون للنشرة ومختلف الحصص والبرامج<sup>(11)</sup>، وتتميز ترتيب شبكة برامجها بتخصيص وقت الذروة:<sup>(12)</sup> من الساعة 19 إلى الساعة 21، الذي يكون مميّزا بسبب ارتفاع نسب المشاهدة وتمنح الأولوية للإنتاج الوطني، تتخلله الأخبار في الساعة 20 مساءً، من العاشرة مساءً فما فوق: تخصص هذه الفترة للسلسلات العربية والأفلام الغربية ومنتصف الليل: النشرة الأخيرة للأخبار، لتبدأ فترة السهرة بالأخبار وتنتهي بالأخبار.

وتترتب الفترة المسائية في المركز الثاني من حيث الأوقات التي يفضلها الجمهور لمتابعة الأخبار، وهي أثناء العودة إلى المنزل والاستعداد للراحة من كل الأعباء والضغوط اليومية، ثم الفترة الصباحية قبل الخروج من المنزل أو أثناء التوجه إلى الدراسة والعمل، لتترتب فترة الظهر في المرتبة الأخيرة، لأن هذه الفترة مخصصة عادة للدروس، وتخصص القنوات التلفزيونية هذه الفترة من البث للنساء الماكثات بالبيوت.

#### جدول رقم (51): يبين مكان متابعة الأخبار التلفزيونية:

النسبة المئوية %	التكرار	مكان متابعة الأخبار التلفزيونية
90	270	في المنزل
00	00	في المقهى
4	12	في مقهى الانترنت
18	54	حسب الظروف
2	6	في السيارة
300		المجموع

#### المصدر هذه الدراسة

اتضح من خلال نتائج هذا الجدول أن 90 % من جمهور الدراسة يتابعون الأخبار التلفزيونية في المنزل، بينما يتابعها 18 % حسب الظروف، 4 % يتابعونها في مقهى الانترنت، و 2 % يتابعونها في السيارة بينما لا يتابع جمهور الدراسة الأخبار التلفزيونية في المقهى.

فأغلبية الجمهور يتابعون الأخبار التلفزيونية في المنزل، أين يتوفر لهم إمكانية اختيار الوسيلة التي يتابعون عبرها الأخبار التلفزيونية، كما يمكنهم اختيار القناة التي تناسبهم والتعبير عن آرائهم بحرية أكبر دون الخوف من الاصطدام بآراء مختلفة ومتعصبة.



بينما لا يفضل 18 % من الجمهور مكانا محددا بعينه لمتابعة الأخبار التلفزيونية كون الظروف المحيطة بهم هي التي تجعلهم يتابعونها في مكان دون سواه، واحتلت مقاهي الانترنت المرتبة الثالثة لكن بنسبة قليلة جدا مقارنة بالمنزل، نتيجة لتوفر خدمة الانترنت تقريبا في كل المنازل وفي كل المناطق المختلفة من الوطن.

ولم يتحصل المقهى على أي اختيار من طرف الجمهور، نتيجة لطبيعة جمهور الدراسة، والذي لا تستهويه كثيرا المقاهي إلا في مناسبات معينة كمباريات كرة القدم، على عكس الشباب في كثير من البلدان العربية وخاصة منها بلدان المشرق العربي التي تعتبر المقاهي فيها ملجأ مناسباً للشباب من الجنسين يتخذونها مكانا للسمر وقراءة الشعر وغيرها من النشاطات الثقافية. وقد يرجع هذا الأمر إلى طبيعة المقاهي عندنا التي لا تسمح بممارسة هذا النوع من النشاطات، كما لا يملك الفرد فيها حرية اختيار القناة التلفزيونية التي تناسبه وتعود على متابعة الأخبار أو البرامج من خلالها، فالخيار يخضع إلى رغبة ملاك المكان وتفضيلاتهم، أو في أحيان أخرى إلى رأي أغلبية الزبائن الدائمين للمكان، إضافة إلى كثرة الضجيج الذي يشوش على السمع وعلى التركيز وبذلك لا يحس الشخص بالراحة والحرية والهدوء التي يمنحها المنزل.

#### جدول رقم (52) يبين طريقة متابعة الأخبار:

النسبة المئوية%	التكرار	طريقة متابعة الأخبار
22	66	بمفردك
6	18	مع جماعة الأصدقاء
2	6	مع جماعة الزملاء
86	258	مع أفراد أسرتك
300		المجموع

#### المصدر هذه الدراسة

أظهرت نتائج هذا الجدول أن 86 % من الجمهور يتابعون الأخبار مع أفراد الأسرة، و 22 % يتابعونها بمفردهم، بينما 6 % فقط منهم يتابعون مع جماعة الأصدقاء و 2 % يتابعون الأخبار مع جماعة الزملاء.

وتتناسب نتائج هذا الجدول مع نتائج الجدول السابق الذي يبين المكان المفضل لمتابعة الأخبار التلفزيونية، أين ترتب المنزل كخيار مفضل لـ 90 % من جمهور العينة، فنلاحظ من خلال هذه النتائج أن الأخبار التلفزيونية كبرنامج تلفزيوني مازال يحافظ على اجتماع الأسرة حوله، نتيجة لطبيعة البرنامج الذي يعرض أهم الأحداث والأخبار بعيدا عن كل ما تعرضه البرامج الدرامية والترفيهية من مشاهد وأفكار وقضايا تחדش الحياء، خاصة في مجتمعنا الذي لا يزال محافظا إلى حد كبير، كما تلبي

هذه البرامج حاجة الناس إلى معرفة ما يدور حولهم من أخبار، ما سيخلق نقاشات ومحادثات لا يمكن أن تحدث إلا داخل الجماعات، ولعل الجماعة الأقرب إلى الفرد هي أفراد العائلة داخل المنزل، وفي وقت السهرة الذي يجتمع فيه كل أفراد الأسرة في مكان واحد، جماعة تحسس الفرد بالانتماء والأمان وتقارب في الأفكار والمعتقدات، تساعد على طرح أفكاره والتعبير عن آرائه حول مختلف القضايا ومختلف التطورات على الساحة الوطنية والدولية بهامش حرية أوسع وبعيدا عن التعصب، فتتحقق بذلك أهداف الأخبار عندما تتجح في لفت أنظار الجمهور إلى أحداث وقضايا معينة، لتخلق نقاشات بينهم تؤدي إلى تبني رأي عام حولها.

بينما جاء تفضيل متابعة الأخبار بطريقة فردية في المرتبة الثانية، طريقة يفضل بها الفرد متابعة الأخبار التي يبحث عنها ويهتم بها وحده دون أن يشاركه في ذلك أي شخص آخر مهما كانت صفته، وكانت نسبة المعبرين عن هذا الخيار معتبرة مقارنة بباقي الخيارات، وهي مؤشر خطير على ما خلفته وما ستخلفه هذه الوسائل التكنولوجية الجديدة للإعلام والاتصال من آثار قد تدفع بالجمهور إلى العزلة والاعتزاب عن المجتمع، فهذه الوسائل التكنولوجية كأجهزة الإعلام الآلي والألواح الإلكترونية والهواتف النقالة الذكية التي تستخدم بصفة فردية ستزيد من عزلة الفرد اجتماعيا ما يجعله أكثر عرضة للتعصب لأفكاره والتطرف في مواقفه، نتيجة للكبت المتواصل لآرائه بخصوص الأحداث والأشخاص والقضايا، كما يمكن أن يقع تحت سيطرة أجنداث إعلامية تعمل على بث الشك والريبة في قيمه ومبادئه ومراكز اهتمامه التي طالما استقاها من القيم العامة السائدة في المجتمع، فيبتعد عن الاهتمام بالقضايا المصيرية للأمة ويهتم بقضايا هامشية.

كما ساعد توفر أجهزة التلفزيون وملاحقها وتوفر أكثر من جهاز داخل المنزل الواحد، حيث أصبحت كل غرفة تتوفر على جهاز تلفزيون خاص بها، على توجه أفراد الأسرة أكثر إلى متابعته بشكل فردي وهو أيضا يشكل خطورة على العلاقات الأسرية التي أصبحت أكثر عرضة للتفكك.

وتظهر في الأخير نسبة تفضل متابعة الأخبار مع كل من جماعة الأصدقاء والزملاء في المراتب الأخيرة وبنسب قليلة مع تفوق خيار متابعة الأخبار مع الأصدقاء عنه مع الزملاء، كون الأصدقاء عادة هم الأقرب إلى الشخص في الأفكار والميولات والعادات والتوجهات، لذلك يفضلهم الجمهور عن جماعة الزملاء التي قد تربطها علاقات سطحية مع بعضها البعض تجعل من الصعب التعرف على عادات أفرادها وميولاتهم، فيمكن أن تحمل أفكارا وعادات وتوجهات مغايرة، تجعل الشخص أكثر حرصا عند التعبير عن آرائه وتوجهاته.

**جدول رقم (53): يبين الوسائل التي يتابع عبرها مفردات العينة الأخبار التلفزيونية.**

الوسائل التي يتابع عبرها الأخبار التلفزيونية	التكرار	النسبة المئوية %
--	---------	------------------

86	258	التلفزيون
10	30	الموقع الإلكتروني للقناة
44	132	مواقع التواصل الاجتماعي
300		المجموع

#### المصدر هذه الدراسة

جاءت نتائج هذا الجدول كما يلي: يتابع جمهور الدراسة الأخبار التلفزيونية عبر التلفزيون كخيار أول بنسبة 86 %، ثم مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 44 %، وأخيرا عبر الموقع الإلكتروني للقناة بنسبة 10 %.

وتشير هذه النتائج إلى أن التلفزيون ما يزال مصدرا مهما من مصادر الأخبار التلفزيونية، بمختلف مواضيعها ومختلف أنواع البرامج الإخبارية التي يعرضها، وأن الجمهور ما يزال يحافظ على متابعة الأخبار التلفزيونية مباشرة من القنوات التلفزيونية التي تعرضها وفي الأوقات المخصصة لعرض هذه البرامج.

كما أظهرت أن ما يقارب نصف الجمهور يتابعون الأخبار التلفزيونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهي نسبة كبيرة من الإجابات، ومرشحة أيضا للارتفاع، حيث تتداول مواقع التواصل الاجتماعي مثل *Facebook* و *youtube* وغيرها من المواقع مقاطع فيديو مسجلة لأخبار تداولتها القنوات التلفزيونية عبر العالم، فتعرضها برؤى مختلفة وزوايا معالجة تختلف عن بعضها، كما تمنح الشخص إمكانية التفاعل معها والتعليق عليها والنقاش حولها، فهي توفر للشخص إمكانية متابعة خبر بعينه، وتوفر له المعلومات الكافية والتفاصيل التي عرضتها مختلف القنوات عبر العالم مباشرة دون عناء الانتظار ومتابعة كل العرض الإخباري حتى يصل إلى الخبر الذي كان ينتظره عند متابعة القنوات التلفزيونية، وهي الطريقة التي تجعل الفرد أكثر اطلاعا على الحدث وأكثر تحكما في المعلومات التي يتحصل عليها.

وتبقى نسبة الرجوع إلى الموقع الإلكتروني للقناة التلفزيونية ضعيفة، فالموقع الإلكتروني للقنوات التلفزيونية يوفر عرضا متوصلا للبرامج التي سبق للقناة عرضها، ومنها البرامج الإخبارية من حصص ونشرات وشريط للأخبار، وعادة ما يلجأ الجمهور إلى الاطلاع على موقع القناة التلفزيونية لتدارك مشاهدة البرنامج الذي فاتته وقت عرضه، فيرجع إلى الموقع الإلكتروني للاطلاع على الأخبار التي لم يشاهدها أو إلى خبر معين يهمه وتعذر عليه متابعته لسبب أو لآخر، أو لم يكن مركزا أثناء عرضه، ولم ينتبه إلى تفصيل معين، انتبه إليه الآخرون، لذلك جاءت نسبة متابعة الأخبار عبر الموقع الإلكتروني للقناة بتلك النسبة وفي المرتبة الأخيرة.

**جدول رقم (54): يبين البرامج الإخبارية التي يتابع من خلالها مفردات العينة الأخبار التلفزيونية.**

النسبة المئوية %	التكرار	البرامج الإخبارية
56	168	نشرات الأخبار المفصلة
42	126	المواجيز الإخبارية
18	54	الحصص الإخبارية الخاصة
46	138	قراءة شريط الأخبار
300		المجموع

#### المصدر هذه الدراسة

تبين من خلال نتائج هذا الجدول أن متابعة نشرات الأخبار المفصلة جاءت في صدارة البرامج الإخبارية التي يتابع من خلالها الجمهور التلفزيونية بنسبة 56 %، وبعدها قراءة شريط الأخبار بنسبة 46 %، ثم المواجيز الإخبارية بنسبة 42 %، وأخيرا الحصص الإخبارية الخاصة بنسبة 18 % فقط.

إن الملاحظ لهذه النتائج يجد أن نشرات الأخبار المفصلة تعتبر مصدرا مهما من مصادر الحصول على الأخبار للجمهور، ويصنفها كأهم أنواع البرامج الإخبارية التي يقدمها التلفزيون، فهي تقدم عرضا مفصلا لمختلف الأخبار والأحداث التي طبعت الواقع الذي يحيط بالجمهور على الساحة المحلية، الوطنية، الإقليمية والدولية، فهي توفر للجمهور معلومات مفصلة عن القضايا والأحداث وتعرض تسجيلات مباشرة وغير مباشرة عن مكان وقوعها وتقل الجمهور إلى تلك الأماكن بحيث يحس أنه جزء منها، فذلك العرض الذي يوفر المعلومات والتفاصيل، والصور والتعليقات والأحداث والشهادات يمنح للأخبار مصداقية أكبر ويقربها من الواقع.

وتعرف النشرة كبرنامج إخباري بأنها اصطلاح يطلق على فترة زمنية تخصصها محطات التلفزيون لتقدم فيها أهم ما وقع من أخبار، وتقدم في مواعيد ثابتة يوميا، وتشتمل النشرات والتعليقات والمواجيز والتحليلات السياسية ورسائل المراسلين، فهي برنامج تلفزيوني يعالج الأحداث العامة يقدم من طرف صحفي، وتؤدي إلى نشوء علاقة وطيدة بين الجمهور والوسيلة، فهي تتميز بشدة ارتباط المشاهدين بها وبارتفاع معدلات المشاهدة في المحطات التلفزيونية بصفة عامة في أوقات<sup>(13)</sup>، ما يفسر تفضيلها من طرف الجمهور على باقي البرامج الإخبارية.

بينما كانت النسبة التي تحصلت عليها الحصص الإخبارية كبرامج إخبارية نسبة ضعيفة، بينت ابتعاد الجمهور عن متابعة هذا النوع من الحصص، وعدم اهتمامه بها، على الرغم من الجماهيرية الكبيرة التي تحظى بها هذه الحصص الإخبارية في المحطات التلفزيونية الكبرى، وساهمت في تحقيق شهرة كبيرة لمقدميها، فهي حصص إخبارية تبث دوريا في القنوات التلفزيونية، قد تكون أسبوعية،

شهرية أو نصف شهرية، تخصص في كل مرة لموضوع أو حدث أو قضية معينة، وطنية كانت أو دولية تداولتها وسائل الإعلام بكثرة في تلك الفترة، تناول الخبر بتفصيل أكثر، ومن زوايا مختلفة. كما سجل كل من قراءة شريط الأخبار والمواجز الإخبارية نسبة متقاربة، وفي مراتب متقدمة من حيث متابعة الجمهور، فكلاهما يقدم أهم ما جاء في الأخبار، فالأول عبارة عن خدمة أصبحت تقدمها كل القنوات التلفزيونية عامة كانت أو متخصصة، تهدف من خلالها توفير الأخبار التي تضمنتها نشرات الأخبار للمشاهدين على مدار الساعة، وتحيينها كلما تطلب الأمر ذلك، وهو عبارة عن شريط متحرك يوضع أسفل الشاشة، يتيح للمشاهد مطالعة عناوين الأخبار والتطورات الوطنية، المحلية والعالمية التي تقدمها نشرة الأخبار أول بأول<sup>(14)</sup>، والثاني هو عبارة عن موعد إخباري يتخلل فترات البث التلفزيوني ويأتي في الوقت الذي يفصل بين أوقات النشرات الرئيسية، يأتي في مواعيد قارة في أغلب الأوقات، لكن في حالات خاصة قد يقدم في غير مواعده مثل الأخبار المهمة عن الكوارث والحوادث، أو حالة وفاة شخص رئيس الجمهورية وغيرها، ويتميز كلاهما\_الشريط الإخباري والمواجز الإخبارية\_بالسرعة في عرض الأخبار.

#### جدول رقم (55): بين حقيقة متابعة نشرات الأخبار المفصلة كاملة.

متابعة نشرات الأخبار كاملة	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	90	30
لا	210	70
المجموع	300	100

#### المصدر هذه الدراسة

بينت نتائج هذا الجدول أن 70% من الجمهور لا يتابعون نشرات الأخبار المفصلة كاملة، وأن 30% منهم فقط من يتابعها كاملة.

فأغلبية الجمهور لا يتابع النشرة المفصلة كاملة، بل يكفي بمتابعة الجزء الذي يهمه، ويملك الجمهور أيضا أجندة تترتب من خلالها الأخبار حسب أهميتها لديه<sup>(15)</sup>، فهناك أخبار يراها أكثر أهمية قد تتعلق مباشرة بواقعه ومصيره ومستقبله ومستقبل المجتمع والمحيط الذي يعيش فيه، وهناك أخبارا يريد متابعتها لتفسير واقع يسوده الغموض، وأخرى يتابعها فقط لإشباع فضوله، كما توجد هناك أخبار لا تهمه وبالتالي يقرر عدم تحمل عناء متابعتها، وقد تتعارض أجندة الجمهور مع أجندة القائمين على الأخبار فهي لا يمكن أن تكون على اتفاق دائم، فما يراه القائمون على الأخبار مهما، قد يراه الجمهور أو جزء منه على الأقل غير مهم وهكذا، من جهة أخرى فالإيقاع المتسارع الذي يطبع هذا العصر الذي نعيش فيه، والذي يسمى بعصر السرعة، فرض على الجمهور أن يتكيف مع ظروفه فيعيش وفق

متطلباته، فقد أصبح من الصعب عليه أن يتوقف لفترة طويلة أمام برامج التلفزيون لمتابعة كل ما يعرضه البرنامج، فهو لا يملك الوقت لمتابعة كل برامج الأخبار المفصلة، لذلك يقوم بانتقاء الفترات التي يعرض خلالها الفقرات التي تهمة من النشرة فقط.

بينما هناك نسبة قليلة من الجمهور ممن تعودوا على متابعة كل نشرات الأخبار كاملة، بكل ما تحمله من تفاصيل وبكل ما تحمله من أخبار، تنقسم هذه الفئة من الجمهور إلى نوعين: نوع يريد أن يتميز داخل المجموعات التي ينتمي إليها بمعرفته العميقة وثقافته الواسعة، من خلال متابعته لكل مواضيع الأخبار، ونوع ثان يتميز بفضوله الكبير فيخاف أن يفوت عليه خبرا مهما كان صغيرا، أو تفصيلا مهما كان أو غير مهم، فهو تريد أن يعرف كل شيء عن كل شيء، فنشرة الأخبار المفصلة وأوقات بثها من التفاصيل والعادات المهمة من يوميات هذا النوع من الجمهور.

#### جدول رقم (56): يبين طريقة مشاهدة النشرات التلفزيونية المفصلة:

النسبة المئوية %	التكرار	طريقة مشاهدة النشرات المفصلة
54	162	تشاهد العناوين فقط
40	120	تكتفي بمشاهدة الأخبار التي تهتمك
30	90	تشاهد النشرة من البداية حتى النهاية
300		المجموع

#### المصدر هذه الدراسة

توضح بيانات الجدول أعلاه أن 54 % من الجمهور يشاهدون عناوين النشرات المفصلة فقط، بينما 40% منهم يكتفون بمشاهدة الأخبار التي تهتمهم، في حين يشاهد النشرة الإخبارية المفصلة من البداية حتى النهاية 30 % فقط من الجمهور.

فالنسبة الأكبر من الجمهور تتابع عناوين النشرات التلفزيونية فقط، وهي الفقرة من النشرات التي تقدم لأهم الأخبار التي ستضمها النشرة وتفصل فيها بعد حين، لذلك فهي من أهم الأجزاء، التي يهتم بها القارئ على النشرة، فيقومون بانتقاء وترتيب مجموع الأخبار التي يرونها أكثر أهمية وتشكل محورا تبني عليه النشرة لعرضها بشكل سريع مركز ومختصر، تبين أهم ما تحمله النشرة من أخبار<sup>(16)</sup>، لذلك يحرص الجمهور على متابعتها وعلى أساس محتوياتها يستطيع أن يقرر متابعة مشاهدة تفاصيل النشرة، أو متابعة الفقرة التي تحمل الخبر أو الأخبار التي تهمة فينتظرها أو يتوقف عند هذا الحد من المتابعة، إذا لم تحمل العناوين أخبارا تهمة أو أثارت انتباهه ويريد متابعتها.

لذلك نجد أن نسبة الجمهور الذين يكتفون بمشاهدة الأخبار التي تهتمهم أقل قليلا عن من يشاهدون العناوين، بحيث تفضل هذه الفئة من الجمهور انتظار الوصول إلى الأخبار التي يفضلون متابعتها ويهتمون لتفاصيلها، فتكون بذلك الجزء الوحيد الذي يشاهدونه من نشرة الأخبار المفصلة، وقد تبين لهم

ترتيب الأخبار في العناوين الجزء أو الوقت الذي سيعرض فيه الخبر أو مجموع الأخبار التي يريد متابعتها، كما قد يستطيع الجمهور تحديد الفترة التي ستضم الأخبار أو الخبر الذي ينتظرونه، فنشرات الأخبار تبث عادة في وقت واحد وبطريقة منتظمة، وتترتب الأخبار ضمنها في شكل تقسيمات إلى فقرات ومحاور محددة، كل محور يشغل وقتا بعينه، وتحافظ المحاور على نفس الترتيب لفترات طويلة تحددها سياسة القناة التلفزيونية والخط الافتتاحي للنشرة.

وتبقى نسبة الجمهور من الذين يتابعون نشرة الأخبار المفصلة من البداية حتى النهاية قليلة فهي نفس النسبة التي ظهرت في الجدول السابق، وهي مجموعة من الجمهور كما سبق وذكرنا - الذين يعتبرون وقت الأخبار ونشرات الأخبار المفصلة من بين عاداتهم وجزء من يومياتهم القارة التي لا يستطيعون الاستغناء عنها، فهناك أشخاص يشعرون بالضيق والتوتر عند حدوث تغير بسيط على برنامج عاداتهم اليومية، فيمكن أن يكون هذا الجزء من الجمهور من الفئة التي تخاف أن تهمل أي خبر تحمله النشرة مهما كان بسيطاً، فيجعلها تدخل في حالة من القلق والتوتر، وكأنها غيببت جزءاً كبيراً، كان سيتوقف عليه الكثير من قراراتها، وهي حالة تحدث بعد التعود على القيام يومياً بنفس الأشياء بنفس الطريقة وبنفس الترتيب ما يدخل الطمأنينة إلى نفسها وتمنح الإحساس للشخص بأن كل شيء على ما يرام.

### المحور الثالث: ترتيب الأخبار حسب أولويات الجمهور

جدول رقم (57): يبين المجال الجغرافي للأخبار التلفزيونية التي يفضل مشاهدتها جمهور العينة:

النسبة المئوية %	التكرار	المجال الجغرافي للأخبار
32	96	الأخبار الوطنية
14	42	الأخبار المحلية
12	36	الأخبار العربية
20	60	الأخبار العالمية
56	168	كلها معا
300		مجموع مفردات العينة

#### المصدر هذه الدراسة

يبين هذا الجدول تفضيلات الجمهور للأخبار التلفزيونية التي يشاهدونها حسب المجال الجغرافي حيث جاءت النتائج كالآتي: نال خيار تفضيل متابعة الأخبار كلها مع النسبة الأكبر من الإجابات بنسبة 56%، تلتها مباشرة تفضيل متابعة الأخبار الوطنية بنسبة 32%، بعدها خيار تفضيل متابعة الأخبار العالمية بنسبة 20%، ثم خيار تفضيل متابعة الأخبار المحلية بنسبة 14%، وأخيراً تفضيل متابعة الأخبار العربية بنسبة 12%.

وتبين أن أغلب الجمهور لا يفضل متابعة أخبار المنطقة معينة بذاتها فقط، بل يفضل متابعة كل الأخبار المحلية والوطنية والدولية العربية منها والعالمية، فهو بحاجة لمعرفة أخبار جميع المناطق التي تحيط به، سواء كانت هذه المناطق قريبة أو بعيدة، تعالج مواضيع محلية أو عالمية، فالجمهور جزء من المجتمع المحلي الذي يعيش فيه، وهو جزء من مجتمع أكبر يشملهم جميعا هو المجتمع الوطني، وكل هذه الأجزاء في الحقيقة ليست إلا جزءا من مجتمع عالمي، يجمع جميع الأقطار والشعوب والمناطق في قرية تسمى قرية كونية كل الأحداث فيها مترابطة، فكل حدث محلي في منطقة محلية هو جزء من منظومة من الأحداث العالمية وهكذا، لذلك يجب أن يطلع الجمهور على كل الأحداث جميعا، مهما كانت المنطقة الجغرافية التي تشغلها.

بينما تفضل نسبة أقل متابعة الأخبار الوطنية، وتهتم بمتابعة ومشاهدة كل ما هو خبر وطني، يتحدث عن الأحداث التي تقع داخل حدود الوطن لأنها وحدها تعنيه مباشرة وتطبع واقعه اليومي الذي يعيشه، حيث تحظى الأخبار الوطنية بنسبة عالية من اهتمام هذه الفئة من الجمهور أكثر من الأخبار الخارجية التي تؤثر في حياتهم غير أن تأثيرها يحتاج إلى وقت، فهم يريدون قبل كل شيء معرفة ما يحدث في مجتمعهم المحلي، فكلما كان الخبر أكثر قربا من المشاهد من حيث المكان والمحلية، كلما كان المشاهد أكثر اهتماما به<sup>(17)</sup>، وقد ثبت أن الخبر الدولي فيما عدا الأحداث الرئيسية لا تثير سوى اهتمام فئة قليلة فقط من اهتمام المشاهدين في المدن الكبيرة<sup>(18)</sup>.

وتتفوق نسبة تفضيل مشاهدة الأخبار العالمية على كل من الأخبار المحلية والأخبار العربية، على الرغم من القرب المكاني والقرب النفسي لهذه الأخبار، كون الأخبار المحلية بالرغم من أهميتها لكن آثارها محدودة بالمنطقة التي تحدث فيها، ولكنها لا تغني الجمهور عن متابعة ما يحدث داخل المنطقة التي يعيش فيها وينعكس مباشرة على ظروف حياته اليومية، وهذه النتيجة تستدعي التوقف عندها والبحث في أسبابها، لأنها تتعارض مع ما جاء حول أهمية قيمة القرب المكاني بالنسبة للأخبار، فربما تعتقد هذه الفئة من الجمهور بأن الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون لا تهتم بالأخبار المحلية، ولا تعطى حقها من المعالجة والتحليل، وقد تصل حد تغيير بعض الحثيات والتعظيم على بعض المعلومات ما يشوه تلك الأخبار ولا يبقى لها معنى، وبالتالي فالحصول عليها من قنوات أخرى يكون أفضل، خاصة مع الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي التي استطاع من خلالها الجمهور التغلب على هذا المشكل وبتوفير الأخبار الفورية من موقع الحدث من طرف أفراد شهدوا الأحداث أو الوقائع مباشرة من مكان وقوعها.

بالنسبة للأخبار العربية فهي أصبحت تحمل يوميا صورا بانسة عن المآسي والحروب والصراعات التي تعيشها المنطقة، ولم تعد سياسات وأنظمة هذه الدول أي قيمة أو وزن في القرارات الدولية، وأصبحت أخبارها تملأ الكثيرين بالإحساس باليأس والإحباط، لذلك يفضلون الابتعاد عن متابعتها هروبا من الواقع، فلم تسجل نسبة كبيرة من الذين يفضلون مشاهدة أخبارها.



جدول رقم (58): يبين ترتيب الأخبار حسب المجال الجغرافي الذي تمثله من الأهم إلى الأقل أهمية عند جمهور العينة.

لا يهم الترتيب		المرتبة الرابعة		المرتبة الثالثة		المرتبة الثانية		المرتبة الأولى		المجال الجغرافي للأخبار
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
2	6	8	24	18	54	26	78	44	132	الأخبار الوطنية
		22	66	16	48	32	96	26	78	الأخبار المحلية
		22	66	48	144	22	66	6	18	الأخبار العربية
		46	138	16	48	18	54	22	66	الأخبار العالمية
300										المجموع

#### المصدر هذه الدراسة

يوضح هذا الجدول ترتيب الأخبار في جدول اهتمامات الجمهور حسب المجال الجغرافي الذي تشغله من الأهم إلى الأقل أهمية، بحيث رتب الجمهور الأخبار الوطنية كأهم أنواع الأخبار بنسبة 44 % في المرتبة الأولى، تليها الأخبار المحلية بنسبة 32 % في المرتبة الثانية، بعدها الأخبار العربية بنسبة 22 % في المرتبة الثالثة وفي المرتبة الرابعة الأخبار العالمية بنسبة 18 %، وأخيرا بنسبة 6 % من الجمهور لا يهمهم الترتيب.

لا يتناقض هذا الترتيب مع نتائج الجدول السابق أين أجاب أغلبية الجمهور بتفضيل متابعتهم لكل الأخبار معا، لكن وفق تسلسل معين للأهمية، تنصدره الأخبار الوطنية، بطريقة يبدو معها هذا الترتيب وهذا التسلسل من حيث أهميتها لدى الجمهور منطقي، كونه يهتم بطبيعته بالأخبار الأقرب إليه جغرافيا ومكانيا، فكلما زادت المسافة الجغرافية وابتعدت أحداثها عن مكان تواجده كلما فقدت الأخبار أهميتها.

لكن تفوق الأخبار الوطنية على الأخبار المحلية مرده، أن الأخبار المحلية محدودة التأثير إلا في حالات نادرة، كما أن المناطق المحلية التي يعيش فيها الجمهور قلما تحمل أخبارا ضخمة، تداولها وسائل الإعلام وتتابع تفاصيلها، فهي أخبار تحدث على نطاق محلي، عكس الأخبار الوطنية التي تؤثر في حياة وقرارات الجماهير على مستوى أوسع، كما وجد الجمهور في الانترنت وما أتاحتها من إمكانية

تبادل الأخبار خاصة منها الأخبار المحلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدلاً عن متابعتها عبر التلفزيون.

**جدول رقم (59): يبين مواضيع الأخبار التلفزيونية التي يفضل الجمهور مشاهدتها حسب أهميتها**

لديه.

النسبة المئوية %	التكرار (ك)	مواضيع الأخبار
16	48	سياسية
52	156	اجتماعية
24	72	اقتصادية
26	78	أمنية
40	120	علمية
40	120	ثقافية
40	120	رياضية
28	84	أخبار الصراعات والحروب
42	126	أخبار الحوادث والكوارث
46	138	أخبار الطقس
18	54	كلها معا
300		المجموع

#### المصدر هذه الدراسة

تشير نتائج هذا الجدول أن النسبة الأكبر من الجمهور تفضل مشاهدة الأخبار الاجتماعية بنسبة 52%، تأتي بعدها أخبار الطقس بنسبة 46%، أخبار الحوادث والكوارث بنسبة 42%، ثم كل من الأخبار الرياضية والأخبار الثقافية والأخبار العلمية بنسبة متساوية لكل موضوع منها بنسبة 40%، تترتب بعدها أخبار الصراعات والحروب بنسبة 28%، ثم الأخبار الأمنية بنسبة 26%، الأخبار الاقتصادية بنسبة 24%، ثم نسبة من الجمهور تفضل متابعة كل مواضيع الأخبار مجتمعة بما يساوي 18%، وأخيراً الأخبار السياسية التي حصلت على أقل نسبة من أجوبة الجمهور بنسبة 16%.

فالفئة الأكبر من الجمهور تفضل متابعة الأخبار الاجتماعية التي تتحدث عن الواقع الاجتماعي لفئات معينة، وواقع التنمية، البرامج الاجتماعية والخدمات، التضامن والصحة وهي كلها مواضيع على علاقة مباشرة بظروف حياتهم وواقعهم الاجتماعي. كما تحتل أخبار الطقس مرتبة متقدمة من تفضيلات الجمهور لمواضيع الأخبار، مقارنة بباقي المواضيع، فهي تؤثر على قراراتهم اليومية حول اللباس وطريق السير والخرجات الميدانية وغيرها.

أما بالنسبة لأخبار الحوادث والكوارث فهي في معظم الأحيان أخبارا ضخمة تمس قطاعا كبيرا من الجمهور، لذلك جاءت متقدمة من حيث الترتيب.

وترتبت كل من المواضيع الرياضية، الثقافية والعلمية في المرتبة الرابعة من حيث المواضيع التي يفضلها الجمهور، فيهتم الجمهور بمواضيع الأخبار العلمية نتيجة لطبيعة تكوينه فهو ينتمي إلى جمهور الطلبة، وتدخل المواضيع العلمية في دائرة اهتماماتهم مباشرة، كما تلقى الأخبار الرياضية التي تملك قاعدة جماهيرية واسعة اهتماما كبيرا من الجمهور، أما الأخبار الثقافية فهي تتميز بكونها أخبارا خفيفة تقدم بطريقة خفيفة تروّح عن الجمهور.

ظهرت مواضيع أخبار الصراعات والحروب ضمن تفضيلات الجمهور في مراتب متقدمة، خاصة وأن هذه الأخبار تعالج أغلبها أحداثا تدور في المنطقة العربية وإفريقيا، التي تصنف ضمن بؤر التوتر في العالم، ويقع بعضها على طول حدود الدولة الشرقية والجنوبية، مثل ليبيا، تونس ومالي. وجاءت كل من الأخبار الأمنية والاقتصادية في مؤخرة ترتيب تفضيلات المتابعة لدى الجمهور، نتيجة للاستقرار الأمني النسبي الذي يسود البلاد من جهة، وكون الأخبار الاقتصادية لم تعد تعكس الواقع وتحاكي الأخبار التي قد يهتم بها الجمهور.

لترتب الأخبار السياسية في آخر تفضيلات الجمهور، حيث لا يفضل الجمهور متابعة الأخبار السياسية إلا بنسبة قليلة جدا، فالساحة السياسية في الجزائر في رأي المواطن أصبحت لا تشجع على متابعة أخبارها، فاللعبه السياسية أصبحت شبه مغلقة، والوجوه السياسية فقدت بريقها، فالمعارضة ضعيفة لدرجة عجزها عن بناء تصور ولو مبدئي لبرامج تنموية يمكن أن تقترح حلولاً للخروج من الأزمة، وأصبحت تمارس المعارضة من أجل المعارضة، وأحزاب الموالاة تتغنى بتأييدها لبرنامج رئيس الجمهورية دون أن تبني هي الأخرى تصورا للواقع المعاش، وما تعيشه من أزمات داخلية وتناحر على السلطة، إضافة إلى ما تتناقله يوميا وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي من فضائح وتجاوزات أخلاقية وقانونية وممارسات وملاسنات ومشاحنات لا تمت بصفة إلى أصول الممارسة السياسية، رسمت لها صورة بئسة في ذهن الجمهور، وفقد المواطن البسيط الأمل في هذه الطبقة السياسية التي عجزت عن حل مشاكلها الداخلية فكيف تراها ستجد حولا للقضايا المصيرية للأمة، وأصبحت لا تتقرب من همومه ومشاكله سوى في المواعيد الانتخابية استجداءا لصوته، ومن أجل تحقيق أهداف شخصية بحتة لا علاقة لها بمصير الأمة.

كما أن القناة الوطنية للتلفزيون تخضع خضوعا مباشرا لرقابة ووصاية الحكومة كأغلب التلفزيونات العربية وتلفزيونات العالم الثالث، التي نشأت في ظل الإشراف الحكومي وتحت ملكيته، لهذا فهي تتبع سياستها، وتتحدث باسم حكومتها، وتنقل الأخبار السياسية وتقدم التعليق عليها من وجهة النظر الرسمية، لتكون موضوعاتها منتقاة بطريقة تخدم مباشرة مصالحها وتعرضها من وجهة نظرها.



بينت نتائج هذا الجدول أن مواضيع الأخبار تترتب حسب أهميتها من الأهم إلى الأقل أهمية\_ عند جمهور الدراسة كان كما يلي: تتصدر مواضيع الأخبار الاجتماعية قائمة الاهتمامات عند الجمهور بنسبة 28 % وتترتب في المرتبة الأولى بالنسبة لباقي مواضيع الأخبار، تليها مباشرة وفي المرتبة الثانية مواضيع الأخبار الثقافية بنسبة 18 %، ثم في المرتبة الثالثة أخبار الطقس بنسبة 18 % ، في المرتبة الرابعة تأتي أخبار الصراعات والحروب بنسبة 20 %، المرتبة الخامسة تصدرتها الأخبار الرياضية بنسبة 18 %، وفي المرتبة السادسة الأخبار الاقتصادية بنسبة 20 %، المرتبة السابعة كانت من نصيب الأخبار الأمنية بنسبة 28 %، في المرتبة الثامنة جاءت أخبار الحوادث والكوارث بنسبة 28 %، ومواضيع الأخبار العلمية في المرتبة التاسعة بنسبة 20 %، لتترتب في المرتبة العاشرة والأخيرة مواضيع الأخبار السياسية بنسبة 38 %.

تبين من خلال هذه النتائج أن الأخبار الاجتماعية تصنف ضمن أعلى درجات اهتمامات الجمهور، فهي تحاكي الواقع الاجتماعي الذي يطبع يوميات الجمهور وتصفه وتفسر أحداثه، وتقدم نماذج عن برامج اجتماعية ومواضيع أخبار لها علاقة مباشرة باهتمامات الجمهور، وواقعه المعاش ويوميته وحاجاته وتؤثر في قراراته كفرد من المجتمع.

بالنسبة للأخبار الثقافية فقد ترتبت في الدرجة الثانية من حيث الأهمية التي يوليها لها الجمهور مقارنة بباقي مواضيع الأخبار، فهي تقدم أخبارا عن عالم الثقافة والفن والتاريخ الحضاري والإنساني، وتمثل فسحة للراحة بالنسبة للجمهور المشاهد لنشرات الأخبار، تبتعد به قليلا عن الجو العام للأخبار الذي يتميز بالصرامة والجدية في الطرح، فهي أخبار خفيفة تبتعد بالجمهور عن صور الدمار والحروب والصراعات لتأخذه إلى عالم من الجمال والفن وعبق الحضارة، تشبع حاجة الجمهور للشعور بالانتماء لحضارة تضرب بجذورها في عمق التاريخ، وأنه جزء من موروث ثقافي غني، ينمي رصيده الثقافي ويعزز شعوره بالانتماء له واعتزازه به، كما يحرص الجمهور على معرفة جديد

مختلف التظاهرات الفنية والثقافية والمواعيد التي تيرمج فيها، والأماكن التي ستحتضنها، للترويج عن النفس والترفيه، كما لا يجب إهمال حقيقة أن جمهور الدراسة من فئة الشباب، وهي فئة تهتم كثيرا بالتسلية والمتعة والترفيه لنسيان التعب وتجديد النشاط.

تتقدم أخبار الطقس باقي مواضيع الأخبار الأخرى من حيث درجة أهميتها بالنسبة للجمهور وتحتل المرتبة الثالثة، فأخبار الطقس أصبحت من البرامج القارة في كل قنوات التلفزيون، وخدمة تحرص كل وسائل الإعلام والاتصال على تقديمها نظرا لأهميتها البالغة بالنسبة للجمهور، وتخصص لها نشرات مستقلة، فأخبار الطقس تؤثر مباشرة في قرارات الجمهور<sup>(19)</sup>، من القرارات البسيطة التي تتعلق بنوع اللباس المناسب لتوقعات الطقس، والاستفادة من النصائح ووسائل الوقاية اللازمة للوقاية من موجات الحر الشديدة، وموجات الصقيع القاسية، إلى الاستفادة من الأجواء المعتدلة وتنظيم جدول للخرجات الميدانية، كما تستفيد قطاعات اقتصادية مهمة من هذه التوقعات والأخبار، مثل قطاع الفلاحة وقطاع الملاحه والصيد البحري، والقطاعات الأمنية، أمن الطرقات والحماية المدنية.

وتحتل أخبار الصراعات والحروب المرتبة الرابعة من حيث درجة الأهمية عند جمهور العينة، فطالما تميزت هذه الأخبار بالأهمية والضخامة ولطالما اهتمت بها وسائل الإعلام والقنوات التلفزيونية وشكلت مادة دسمة لبرامج ونشرات إخبارية، حتى أن أول عرض إخباري تلفزيوني كان في الولايات المتحدة الأمريكية كان موضوعه أخبار تطورات الحرب العالمية الثانية.<sup>(20)</sup>

ويهتم الجمهور بمعرفة آخر تطورات أخبار الصراعات والحروب في العالم، خشية من أن تلحقهم نتائجها وأضرارها، وكان لتاريخ البشرية الحافل بالحروب والصراعات، وما خلفته الحربين العالميتين الأولى والثانية على شعوب العالم، دورا في تعزيز مشاعر الخوف والقلق إزاء هذه الأخبار، والاهتمام بتفاصيلها وتطوراتها، حتى لا يفاجئهم وصولها إليهم، ويرجع انتشار بؤر التوتر والصراعات والحروب على الحدود الشرقية والجنوبية الشرقية للجزائر، أو ما يسمى بدول الساحل، ومناطق متعددة من الدول العربية والإفريقية، مثل اليمن والعراق وسوريا، الصومال، السودان، ليبيا ومالي... الخ من الدول التي تربطها حدودا مع الجزائر، أو تربطها علاقات إقليمية، ما جعلها تحظى باهتمام الجمهور وتترتب ضمن أولوياته للمتابعة والمشاهدة.

وعلى الرغم من أن النسبة الأكبر للجمهور من الإناث إلا أن الأخبار الرياضية تترتب في المراتب الأولى من أولويات اهتمامات الجمهور، فبالإضافة إلى امتلاك الرياضة لقطاع كبير من الجمهور في الجزائر خاصة فيما يتعلق بالرياضة الجماعية ومنها كرة القدم، هذا الجمهور الذي كثيرا ما نقلت لنا وسائل الإعلام الوطنية والدولية صورا عن خروجه للشارع تعبيرا عن فرحته أو امتعاضه، مثل ما حدث عقب تأهل المنتخب الوطني لكرة القدم إلى نهائيات كأس العالم الأخيرة في البرازيل، وخروج الملايين من الجنسين ومن مختلف الأعمار والمستويات في صورة غير مسبوقة تعبيرا عن فرحتهم بذلك الإنجاز، وما حدث أثناء مباراة السد التي جمعت الفريق الوطني والفريق المصري في أم درمان،

كما كان لظهور مشاهير من عالم الرياضة، دورا كبيرا في توسع جماهيريتها، وجماهيرية أخبارها، وبالتالي زيادة أهميتها عند الجمهور وخاصة منهم الإناث.

وترتبت كل من الأخبار الأمنية والأخبار الاقتصادية وأخبار الحوادث والكوارث في مراتب متأخرة ضمن اهتمامات الجمهور، على الرغم من أهمية الأخبار الأمنية وتعلقها بموضوع يشكل الحاجات الأولية للإنسان (حسب ما جاء في تصنيف ماسلو للحاجات)، وأهمية الأخبار الاقتصادية وارتباطها بالمشاريع الاستثمارية وأخبار السوق وأسواق البورصة والعملات التي ترتبط وتؤثر مباشرة على القدرة الشرائية للجمهور، وكذا أهمية أخبار الحوادث والكوارث التي تتضمن عادة أخبارا ضخمة عن أرقام ضخمة في الخسائر البشرية والمادية واتساع حجم الجمهور من المشاهدين الذين يسهم الحدث مباشرة. وتبين أن الأخبار العلمية أيضا لا تشكل مركزا من مراكز اهتمام للجمهور فقد ترتبت في المرتبة قبل الأخيرة، وربما يرجع سبب هذا الترتيب من حيث الأهمية إلى كون الجزائر تنتمي إلى مجموعة الدول النامية التي لا تهتم بالبحث العلمي، ويفتقر هذا المجال إلى الإمكانيات المادية التي يمكن من خلالها تحقيق إنجازات ملفتة للنظر، لذلك لا تلقى هذه المواضيع اهتماما من طرف الجمهور على الرغم من أنه ينتمي إلى فئة الطلبة الجامعيين.

في الأخير تظهر الأخبار السياسية في ذيل ترتيب مواضيع الأخبار حسب درجة الأهمية التي يوليها لها الجمهور، وعلى عكس الاهتمام والأهمية التي توليها الأخبار التلفزيونية لهذا النوع من المواضيع، بحيث تشكل الأخبار السياسية حيزا زمنيا مهما من نشرات الأخبار<sup>(21)</sup>، وتتمحور حول مختلف مواضيعها النشرات الإخبارية، فالجمهور لا يهتم بنفس الدرجة بهذه المواضيع، بل حتى أنها تقع في أدنى أولويات اهتماماته، نتيجة لخضوع هذا النوع من الأخبار، لسياسات وإيديولوجيات والخط الافتتاحي للقنوات التلفزيونية، وغياب الممارسة الديمقراطية الفعلية التي تؤمن بحق المواطن في الإعلام.

**جدول رقم (61):** يبين الأخبار السياسية التي يهتم بها أفراد العينة حسب مجالها الجغرافي:

النسبة المئوية%	التكرار	المجال الجغرافي للأخبار السياسية
44	132	الأخبار السياسية الوطنية
6	18	الأخبار السياسية العربية
32	96	الأخبار السياسية العالمية
26	78	كل المواضيع
300		المجموع

المصدر هذه الدراسة

أظهرت نتائج هذا الجدول أن النسبة الأكبر من الجمهور تهتم بالأخبار السياسية الوطنية بالدرجة الأولى بنسبة 44 %، تأتي بعدها الأخبار السياسية العالمية بنسبة 32 %، ثم كل مواضيع الأخبار السياسية على اختلاف المنطقة الجغرافية التي تستغلها بنسبة 26 %، وأخيرا الأخبار السياسية العربية بنسبة 6 %.

يهتم الجمهور بالأخبار السياسية الوطنية، لأنها تقدم الأخبار السياسية التي تحدث على الساحة الوطنية وأخبار الشخصيات الوطنية من المعارضة والموالاة، وأخبار النشاطات السياسية ونشاطات الطاقم الحكومي، ومختلف القرارات والإجراءات والقوانين التي تتعلق مباشرة بحاضر الجمهور وماضيه ومستقبله، ومواضيع الأخبار السياسية الوطنية تعمل على تقريب الحكومات والمواطنين، وتعمل على توعيتهم بالأحداث السياسية على الساحة الوطنية، وتساعدهم على اتخاذ القرارات المناسبة.

ترتبت الأخبار السياسية العالمية في الدرجة الثانية من حيث تفضيلات اهتمامات الجمهور، فالأخبار السياسية العالمية تشرح طبيعة العلاقات وحجم التكتلات الدولية، وهي تؤثر على الوضع الدولي والقضايا الدولية وتبين الدور الذي تلعبه مختلف المنظمات الدولية وتفسر مواقفها من مختلف الأنظمة والقضايا عبر العالم، وتحدد وزنها درجة تأثيرها على القرارات الدولية، وما تخلفه من انعكاسات على القضايا العربية ويؤثر التوتر وقضايا الصراع العالمي.

وتفضل نسبة قليلة من الجمهور كل أنواع المواضيع السياسية على اختلاف المساحة الجغرافية التي تغطيها مواضيعها، وطنية كانت أو إقليمية أو حتى عالمية، تهتم هذه الفئة من الجمهور بالأخبار السياسية، وتراها مترابطة ببعضها البعض وتفسر بعضها البعض، خاصة في ظل الانفتاح الإعلامي وتطور الرأي العام الذي أصبح عالمي بعد انفتاح الشعوب على بعضها البعض، وتشابك المصالح السياسية والاقتصادية، فكل الأخبار السياسية مهمة وتؤثر في القرارات الدولية والأممية، فقيام نظام في دولة ما يؤثر في السياسة العالمية وانهيار نظام ما يترك آثاره كذلك على مناطق مختلفة من العالم ليس بطريقة مباشرة ولكن على المدى المتوسط والمدى البعيد.

بينما حصلت مواضيع الأخبار العربية على نسبة قليلة جدا جعلتها تأتي في المرتبة الأخيرة من حيث أهميتها، وهو ما يمكن أن تفسره بضعف الأنظمة السياسية العربية، وضعف المنظمات العربية وتأكلها، ما جعلها تفتقد إلى التأثير في الأحداث العالمية.

**جدول رقم (62) يبين ترتيب الأخبار السياسية حسب مجالها الجغرافي من الأهم إلى الأقل أهمية:**

المرتبة الثالثة		المرتبة الثانية		المرتبة الأولى		مجال الأخبار السياسية
%	ك	%	ك	%	ك	
12	36	6	18	60	180	الأخبار السياسية الوطنية



48	114	14	42	00	00	الأخبار السياسية العربية
18	54	58	174	18	54	الأخبار السياسية العالمية
22	66					لا يهم الترتيب
<b>مجموع مفردات العينة: 300</b>						

#### المصدر هذه الدراسة

يتضح من خلال قراءتنا لنتائج هذا الجدول أن الأخبار السياسية الوطنية تشغل أعلى درجة من الأهمية التي يوليها الجمهور للأخبار السياسية بنسبة 60 %، وتشغل الأخبار السياسية العالمية المرتبة الثانية من حيث درجة الأهمية بنسبة 58 %، بينما تأتي الأخبار السياسية العربية في ذيل اهتمامات الجمهور من حيث درجة الأهمية بنسبة 48%.

وجاءت هذه النتائج لتؤكد نتائج الجدول السابق، حيث يهتم الجمهور بدرجة كبيرة بالأخبار السياسية الوطنية، التي تنقل الأخبار السياسية التي تحدث في الساحة الوطنية، وتؤثر مباشرة على قرارات وتوجهات وأفكار الجمهور، وتنعكس على واقعه اليومي الذي يعيشه.

ثم تترتب بعدها الأخبار السياسية العالمية، التي تتحدث عن الأخبار السياسية ومختلف الحملات الانتخابية الرئاسية والتشريعية في مختلف دول العالم خاصة الدول التي تعتبر القوى العظمى في العالم، وتتحكم في الاقتصاد العالمي، هذه الأخبار والقرارات التي تؤثر على مختلف القرارات العالمية، في ظل النظام العالمي الجديد الذي تحكمه الولايات المتحدة الأمريكية كزعيمة، ودول الاتحاد الأوروبي في الوصافة.

بينما تترتب أخبار السياسات العربية في المرتبة الأخيرة من اهتمامات الجمهور نتيجة لضعف تأثير هذه السياسات على المشهد العالمي كما سبق وذكرنا في تفسير نتائج الجدول السابق، ونتيجة لطبيعة الأوضاع السياسية السائدة في المنطقة، فضلا عن سقوط معظم دولها في نظم حكم فردية أو قبلية أو عسكرية، وهي كلها في النهاية غير ديمقراطية إضافة إلى الصراعات المتفجرة والصراعات الكامنة التي تعصف بالمنطقة العربية وتعرقل نموها وتقدمها.

#### جدول رقم (63) يبين مواضيع الأخبار السياسية الوطنية التي يفضل متابعتها أفراد العينة:

النسب المئوية%	التكرار	مواضيع الأخبار السياسية الوطنية
00	00	ترقيات رئاسة الجمهورية
24	72	النشاط الرئاسي
12	36	نشاط رئيس الحكومة
14	42	النشاط الوزاري
6	18	النشاط البرلماني

14	42	نشاطات الأحزاب السياسية
10	30	نشاطات الجماعات المحلية
2	6	كلها معا
50	150	لا تهمني جميعا
300		المجموع

#### المصدر هذه الدراسة

تشير بيانات هذا الجدول إلى أن جميع مواضيع الأخبار السياسية الوطنية على اختلافها لا تدخل ضمن اهتمامات الجمهور ولا يفضل متابعتها جميعا بنسبة 50 %، وأن 24 % من الجمهور يفضل متابعة النشاط الرئاسي، و14 % يفضلون متابعة النشاط الوزاري، و14 % أيضا يفضلون متابعة نشاطات الأحزاب السياسية، بينما يفضل 12 % من الجمهور متابعة نشاط رئيس الحكومة و10 % يفضلون متابعة نشاطات الجماعات المحلية، و6 % من مفردات الجمهور اختاروا متابعة أخبار النشاط البرلماني، في حين نسبة 2 % فقط من الجمهور تفضل متابعة كل المواضيع السياسية الوطنية معا، ولم تحصل برقيات رئيس الجمهورية على أي إجابة حيث تترتب خارج إطار اهتمامات الجمهور. فنصف الجمهور لا تهمة جميع هذه المواضيع السياسية الوطنية ولا يفضل مشاهدتها، وهو ما أكد نتائج الجدول رقم (60) الذي يوضح ترتيب مواضيع الأخبار التلفزيونية حيث احتلت الأخبار السياسية المرتبة الأخيرة، فلا تهمة مواضيع الأخبار السياسية الوطنية، ولا تدخل ضمن مراكز اهتمامه ولا يعتقد بأنها تعنيه بطريقة أو بأخرى، قد يرجع سبب هذه النتيجة إلى أن الجمهور فقد ثقته في الجهات والمنظمات والأحزاب والشخصيات السياسية، ويعتقد بضعف أدائها وضعف برامجها، وأن كل ما تنشره القوات التلفزيونية الجزائرية من أخبار عن المواضيع السياسية الوطنية تحكمه توجهات السياسة وتبعيتها المادية والإيديولوجية لأصحاب هذه القنوات والقائمين عليها، وعلاقتها بالأطراف السياسية على الساحة الوطنية.

بينما يترتب النشاط الرئاسي في أول اهتمامات النصف المتبقي من الجمهور، حيث يضع الجمهور النشاط الرئاسي في الدرجة الأولى من اهتماماته، وذلك لقيمة شخص رئيس الجمهورية التي تنعكس على قيمة النشاطات التي يقوم بها وأهمية القرارات التي يتخذها شخص الرئيس وقوتها القانونية، بينما يترتب النشاط الوزاري ونشاطات الأحزاب السياسية في الدرجة الثانية وبنفس النسبة، فالنشاط الوزاري يتضمن أخبارا عن نشاطات الوزراء التي تعكس أداء الطاقم الحكومي وسياساته، ونشاطات الأحزاب السياسية التي تحدث عن أفكارها وبرامجها ومواقفها تجاه القضايا الراهنة.

وتترتب باقي المواضيع بنسب متقاربة، نتيجة لوزن الجهة وطبيعة العلاقة التي تربطها بالجمهور وتشكل نشاطاتها موضوعا للأخبار، فرئيس الحكومة أعلى رتبة من الجماعات المحلية، والجماعات المحلية أقرب إلى الجمهور من البرلمان.

في حين لا يهتم الجمهور بتاتا ببرقيات رئاسة الجمهورية ولا يهتم التعرف على محتواها ولا على الجهات أو الشخصيات أو الهيئات التي تتلقاها، ولا يعتبرها تعنيه بطريقة أو بأخرى.

أوضحت نتائج هذا الجدول أن أغلبية الجمهور لا يهتم لترتيب مواضيع الأخبار السياسية في النشرات الإخبارية، فنتيجة الجدول السابق تؤكد أن نصف الجمهور لا يهتم لمواضيع الأخبار السياسية الوطنية، فإذا كانت هذه النسبة من الجمهور لا تهتم بمواضيع الأخبار السياسية، فهم لا يهتمون لترتيبها داخل النشرة، كما أن فئة من الجمهور ممن تفضل متابعتها لا يهتمها أيضا ترتيبها، فهي ستتابع كل المواضيع سواء ترتبت في بداية الفقرة الإخبارية الخاصة بالأخبار السياسية أو في نهايتها.

كما يتضح من خلال هذا الجدول أن النشاط الرئاسي يحتل المرتبة الأولى من حيث درجة أهميته بالنسبة للجمهور بنسبة 16 %، ويحتل نشاط رئيس الحكومة المرتبة الثانية بنسبة 14 %، ويأتي في المرتبة الثالثة النشاط الوزاري بنسبة 14 %، في المرتبة الرابعة بنسبة 16 % تترتب نشاطات الجماعات المحلية، بينما يترتب النشاط البرلماني في المرتبة الخامسة بنسبة 18 %، ونشاطات الأحزاب في المرتبة السابعة بنسبة 14 %، وفي المرتبة الأخيرة تترتب برقيات رئيس الجمهورية بنسبة 34 % . لكن 66 % من الجمهور لا يهتم ترتيب مواضيع الأخبار السياسية.

بالنسبة للفئة المتبقية من الجمهور والتي تهتم بترتيب الأخبار، فتترتب أخبار النشاط الرئاسي ضمن أولى اهتماماتها، تليها أخبار نشاط رئيس الحكومة، فالنشاط الوزاري ثم نشاطات الجماعات المحلية، بطريقة ترتب فيها هذه الأخبار حسب الوظيفة التي يشغلها كل هيئة من هذه الهيئات داخل أجهزة الدولة، وكثيرا ما يطلق على هذه الطريقة من الترتيب بالترتيب البروتوكولي<sup>(22)</sup> الذي يحترم وزن وقيمة كل هيئة من الهيئات، حيث يترتب رئيس الجمهورية في أعلى هرم السلطة، يليه رئيس مجلس الأمة فمجلس الوزراء، ثم الطاقم الوزاري إلى أن يندرج إلى الجماعات المحلية التي تترتب في قاعدة هيئات السلطة والأقرب إلى الشعب، ويعتقد الجمهور بأهمية الأخبار وترتيبها حسب الجهة أو الهيئة والشخصية التي تكون موضوعا للأخبار، هذا بالإضافة إلى الأخذ بالاعتبار الحالة الصحية التي يمر بها رئيس الجمهورية منذ فترة، التي قللت من نشاطاته، وقدرته على التنقل، ومخاطبة المواطنين، ما فتح الباب واسعا أمام انتشار الكثير من الشائعات، جعلت من ظهور شخصية الرئيس في الأخبار وتغطية نشاطاته الخبر المهم الذي يعطي إشارات لجمهور المواطنين عن حالته الصحية، كما أعطى غياب رئيس الجمهورية عن مختلف التظاهرات والنشاطات الوطنية قيمة أكبر لنشاطات رئيس الحكومة وأعضاء طاقمه الحكومي الذين ينوبون عن شخص رئيس الجمهورية ويمثلونه في مختلف تلك التظاهرات.

من جهة أخرى نلاحظ أن نشاطات الجماعات المحلية أتت في مرتبة متقدمة عن النشاط البرلماني على الرغم من أن البرلمان أعلى هيئة وأعلى سلطة من الجماعات المحلية كونه هيئة تشريعية تسن القوانين والتشريعات، والجماعات المحلية التي تقع أسفل الهيكل التنظيمي للهيئة التنفيذية، وكان هذا نتيجة لطبيعة العلاقة التي تربط الجمهور بالهيئتين، فالجماعات المحلية المتمثلة في الولايات المتحدة والدوائر والبلديات هي أقرب إدارات السلطة للمواطن وتربطه بها علاقة مباشرة، لذلك فأخبارها هي الأهم، بينما يبقى البرلمان هيئة تشريعية تنظيمية لا يراها الجمهور تخدم مصالحها وتهتم بها، لذلك فهي أيضا لا تلاقي درجة كبيرة من الاهتمام.

وجاءت أخبار نشاطات الأحزاب السياسية في المرتبة ما قبل الأخيرة في المواضيع السياسية التي يفضل الجمهور متابعتها، نتيجة لضعف أدائها وافتقارها لبرامج قائمة بذاتها، وهي نوعين: أحزاب تعلن موالاتها للسلطة ولبرنامج رئيس الجمهورية وبالتالي فهي تتبنى هذا البرنامج، وأحزاب معارضة ضعيفة تعارض من أجل المعارضة ولا توافق على برامج الحكومة وتغالي في انتقادها دون أن تملك القدرة على تقديم البدائل، وهي في النهاية كلها أحزاب مناسبة لا تظهر للشعب ولا تنشط في الساحة الوطنية إلا أوقات الانتخابات.

ويجمع الجمهور على ترتيب برقيات رئيس الجمهورية في المرتبة الأخيرة، خارج كل اهتماماتهم، فهم لا يهتمون إذا كان الرئيس قد تلقى خطابات تهنئة أو خطابات مواساة من أي جهة مهما كانت وطنية أو دولية، كما لا يهتمون بالمقابل بمضمون الرسائل التي يبعثها رئيس الجمهورية لرؤساء دول لا يعرف غالبية الجمهور موقعها في الخريطة أو هيئات دولية مهما كانت مكانتها أو وزنها.

**جدول رقم (65) يوضح تصنيفات الأخبار كما يفضل الجمهور مشاهدتها في النشرات الإخبارية:**

النسبة %	التكرار (ك)	تصنيفات الأخبار
4	12	على أساس المجال الجغرافي (وطنية، محلية، ثم دولية)
14	42	على أساس نوع المواضيع (سياسية، اقتصادية،...، ثم متفرقات)
00	00	على أساس رتب الشخصيات الفاعلة (رئيس الجمهورية، رئيس حكومة،... الخ)
26	78	على أساس ضخامة وأهمية الحدث
56	168	لا يهم النوع أبدا
100	300	المجموع

#### المصدر هذه الدراسة

يتبين من خلال بيانات هذا الجدول أن 56% من الجمهور لا تهتم الطريقة التي ترتب خلالها الأخبار في نشرات الأخبار التلفزيونية، ويفضل 26% من الجمهور أن ترتب الأخبار على أساس ضخامة وأهمية الحدث، و14% يفضلون أن ترتب الأخبار على أساس نوع المواضيع (سياسية،

اجتماعية، اقتصادية، ثم متفرقات) في نشرات التلفزيون، و4%، من الجمهور يفضلون ترتيبها على أساس المجال الجغرافي (وطنية، محلية، ثم دولية)، بينما لا يفضل أي فرد من الجمهور أن تترتب الأخبار في النشرات على أساس رتب الشخصيات الفاعلة (رئيس الجمهورية، رئيس الحكومة،... الخ). فئة كبيرة من الجمهور لا تملك تفضيلاً معيناً لترتيب على أساسه تجمع وتعالج به الأخبار لتعرض في النشرة ضمن تسلسل محدد لفقراتها ولا تهتم لطريقة ترتيبها، فهي تهتم لطبيعة الأخبار وطريقة معالجتها وتغطيتها وطريقة عرضها في النشرة، بعيداً عن طريقة ترتيب موادها ضمن النشرة. بينما يرى ممن يفضلون ترتيباً معيناً تقدم على أساسه نشرة الأخبار وبنسبة أكبر أن تترتب الأخبار حسب ضخامة وأهمية الحدث، حيث يتحدد ترتيب الأخبار في النشرة الخبر المهم الذي يشكل موضوع حديث يتناقله الناس ويثير اهتمام أكبر عدد منهم، وكذا درجة ارتباطه بمكان مهم أو موقع خطير وهكذا، فكلما كان الحدث أكبر كان أفضل وترتب قبلاً، وكلما كان دراماتيكية كلما زادت قوة تأثيره وتحقيقه لما يسمى بانفجاع الجمهور<sup>(23)</sup>، فتفضل هذه الفئة من الجمهور أن تترتب الأخبار في النشرة من الخبر الأضخم والأهم إلى الأقل أهمية، مهما كان موضوع الخبر ومهما كان مجاله الجغرافي، فتترتب الأخبار الدولية إذا كانت ضخمة قبل الأخبار الوطنية، وتترتب أخبار الجماعات المحلية إذا كانت مهمة قبل أخبار رئيس الجمهورية، وتترتب الأخبار الرياضية إذا كانت مهمة كذلك قبل كل الأخبار مهما كانت أهمية الجهة أو الهيئة أو الشخصية التي تدور حولها الأحداث، فيخضع ترتيب الأخبار إلى أهمية وضخامة كل حدث وتدرجها ف الأهمية.

وتفضل نسبة أقل من الجمهور ترتيب الأخبار داخل النشرة على أساس نوع المواضيع، حيث تقسم النشرة إلى محاور وفقرات، تتضمن كل فقرة نوعاً معيناً من الأخبار، حيث تجمع الأخبار السياسية في فقرة تخصصها، وتجمع الأخبار الاجتماعية في فقرة خاصة بها كذلك، وتجمع الأخبار الاقتصادية أيضاً في فقرة مخصصة لها من النشرة وهكذا، لتبقى المتفرقات في الأخير لتعرض في نهاية النشرة، تترتب الأخبار داخل النشرة بطريقة منظمة يمكن من خلالها الجمهور أن يتابع المواضيع التي تهتمه من خلال متابعة فقرة محددة من النشرة دون عناء انتظار موضوع معين بمتابعة كل مضامين النشرة كونه لا يعرف موقع ترتيبه ضمن فقرات النشرة.

وتفضل فئة أقل من الجمهور أن تترتب الأخبار على أساس المجال الجغرافي الذي تشغله مواضيع الأخبار، أين تترتب المواضيع الوطنية كلها في فقرة واحدة، ثم تترتب بعدها الأخبار المحلية كلها، ثم الأخبار الدولية، وتفضل هذه الفئة متابعة الأخبار حسب المجال الجغرافي الذي تشغله، فإذا كان الجمهور يفضل متابعة الأخبار الوطنية يمكنه متابعتها فقط، وإذا كان يفضل أخباراً أخرى فله ذلك. بينما لا يفضل كل الجمهور ترتيب الأخبار على أساس رتب الشخصيات الفاعلة، حيث يمكن لهذا النوع من الترتيب في الأخبار أن يهمل أخباراً ضخمة وتقع في مركز اهتمامات الجمهور وعلى علاقة

مباشرة وقراراته ومصيره، لتتقدم عليها أخبارا لا تهم الجماهير من أخبار الشخصيات الفاعلة في الدولة والهيئات الحكومية التي تغطي نشاطاتها العادية.

**المحور الرابع: اتجاهات الجمهور من مضمون نشرة أخبار الثامنة في التلفزيون الجزائري**  
**جدول رقم (66) يبين اتجاهات الجمهور من العبارات الإيجابية التي تعالج موضوع نشرة أخبار الثامنة:**

رقم	العبرة
العبرة 1	توفر نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري كل المعلومات لمعرفة ما يدور حول الأحداث.
العبرة 2	تنافس النشرة في التلفزيون الجزائري النشرات في القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.
العبرة 3	تنافس النشرة في التلفزيون الجزائري النشرات في القنوات الفضائية العربية.
العبرة 4	تنافس النشرة في التلفزيون الجزائري النشرات في القنوات الدولية الكبرى.
العبرة 5	تهتم نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري بتفاصيل الأخبار الوطنية.
العبرة 6	تغطي نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري جميع الأخبار بشكل يخدم الجمهور.
العبرة 7	تهتم نشرة الثامنة بالأخبار التي تبرز قضايا وهموم ومشاكل المواطنين.
العبرة 8	تغطي نشرة الثامنة وتحلل الأخبار الوطنية بشكل جيد.
العبرة 9	تغطي نشرة الثامنة وتحلل الأخبار المحلية بشكل جيد.
العبرة 10	تغطي نشرة الثامنة وتحلل الأخبار الدولية بشكل جيد.
العبرة 11	تتميز الأخبار في نشرة الثامنة بمساحة حرية كبيرة.
العبرة 12	يقوم التلفزيون الجزائري بتغطية وقائع الأحداث الهامة مباشرة من موقع الحدث.
العبرة 13	تتميز الأخبار في نشرة الثامنة بمصداقية كبيرة.
العبرة 14	تعالج الأخبار في نشرة الثامنة بطريقة احترافية.
العبرة 15	تتميز نشرة الثامنة بالأنية، وتنقل الأخبار في وقتها.
العبرة 16	تغطي نشرة الثامنة أخبار كل مناطق الوطن بشكل متوازن.
العبرة 17	تغطي الأخبار في نشرة الثامنة نشاطات الأحزاب السياسية بشكل متوازن، بحيث تغطي أخبار المعارضة بنفس الطريقة التي تغطي بها أخبار الموالية.

متوسط شدة الاتجاه	مجموع التكرارات الترجيحية	معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		العبارات الموجبة
		ك ت	ك	ك ت	ك	ك ت	ك	ك ت	ك	ك ت	ك	
2,58	774	84	84	120	60	162	54	408	102	00	00	العبرة 1
2,7	810	48	48	180	90	234	78	288	72	60	12	العبرة 2
2,22	666	78	78	228	114	216	72	144	36	00	00	العبرة 3
1,96	588	132	132	192	96	108	36	96	24	60	12	العبرة 4
3,54	1062	12	12	120	60	126	42	504	126	300	60	العبرة 5

2,46	738	66	66	216	108	180	60	216	54	60	12	العبارة 6
2,42	726	78	78	180	90	234	78	144	36	90	18	العبارة 7
2,56	768	72	72	168	84	144	48	384	96	00	00	العبارة 8
2,4	720	60	60	240	120	216	72	144	36	60	12	العبارة 9
1,94	582	108	108	252	126	126	42	96	24	00	00	العبارة 10
1,94	582	108	108	228	114	198	66	48	12	00	00	العبارة 11
2,48	744	66	66	180	90	252	84	216	54	30	6	العبارة 12
1,94	582	126	126	168	84	216	72	72	18	00	00	العبارة 13
2,32	696	96	96	192	96	198	66	00	00	210	42	العبارة 14
2,46	738	48	48	252	126	198	66	240	60	00	00	العبارة 15
2,14	564	114	114	228	114	198	66	24	6	00	00	العبارة 16
2,14	642	90	90	228	114	180	60	144	36	00	00	العبارة 17
2,23							متوسط شدة الاتجاه					

#### المصدر هذه الدراسة

يتبين من خلال نتائج هذا الجدول أنّ الجمهور يملك اتجاه سلبي ضعيف نحو العبارات الإيجابية التي تناولت موضوع مضمون نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري، حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه 2,23، وتختلف هذه الشدة من عبارة إلى أخرى.

فبالنسبة للعبارة الأولى التي تقول أن نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري توفر كل المعلومات لمعرفة ما يدور حول الأحداث، فكانت نتيجة متوسط شدة اتجاهها 2,58 بما يعني اتجاه متردد سلبي، أي أن الجمهور لا يرى أن المعلومات التي تقدمها النشرة حول الأحداث كافية إلى الحد الذي يناسب فهمه لها، واستيعاب حيثياتها، وتغطية كل تفاصيلها.

العبارة الثانية التي تقول أن النشرة في التلفزيون الجزائري تنافس النشرات في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة فكانت نتيجة متوسط شدة اتجاهها 2,7، أي أن اتجاه الجمهور نحو هذه العبارة هو اتجاه متردد سلبي، أي يميل لأن يكون سلبيا، فهو لا يعتقد أن النشرة بما تقدمه من أخبار وبتلك الطريقة قد تصبح منافسة لما تقدمه النشرات في القنوات الجزائرية الخاصة.

العبارة الثالثة والتي مفادها أن النشرة في التلفزيون الجزائري تنافس النشرات في القنوات الفضائية العربية، فكان متوسط شدة اتجاه الجمهور نحوها تساوي 2,22، وهو ما يعني اتجاه سلبي ضعيف، حيث لا يعتقد الجمهور أن نشرة الثامنة يمكن أن تنافس النشرات في القنوات الفضائية العربية التي تتميز عنها بنمى مضمونها والأشكال الخيرية التي تعتمد عليها وبطريقة معالجتها وعرضها للأخبار وطريقة تقديمها.



العبارة الرابعة التي فحواها أن النشرة في التلفزيون القناة الوطنية للتلفزيون تنافس النشرات في القنوات الدولية الكبرى، فكان متوسط شدة اتجاه الجمهور نحوها 1,96، وهو اتجاه سلبي قوي، فالجمهور لا يمكن له أن يتصور أن نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري ترقى للمنافسة على هذا المستوى الدولي القوي.

ونلاحظ من خلال هذه العبارات (من 2 إلى 4) أن شدة اتجاه الجمهور تدرجت في السلبية من التردد إلى السلبية القوية حسب تصنيفنا للنشرات، فكانت مترددة نحو السلبي بالنسبة للنشرات في القنوات الجزائرية الخاصة، ثم زادت حدة سلبيتها بمقارنة النشرة بالنشرات في الفضائيات العربية ليصبح الاتجاه سلبي قوي عند العبارة التي تتحدث عن إمكانية المنافسة مع القنوات الدولية الكبرى، أي أن الجمهور لا يلاحظ فرقا كبيرا بين مستوى النشرة في القناة الوطنية والنشرات في القنوات الجزائرية الخاصة بما يترك إمكانية المنافسة بينها مفتوحة، لكن لا مجال للمقارنة بين مستوى عرض الأخبار في الفضائيات العربية المتخصصة ومنها الجزيرة والعربية مثلا وبينها وبين القنوات الدولية الكبرى مثل CNN وBBC وغيرها.

ويوافق الجمهور على العبارة 5 القائلة أن نشرة الثامنة تهتم بتفاصيل الأخبار الوطنية حيث كان متوسط شدة الاتجاه نحوها يساوي 3,54، بمعنى اتجاه إيجابي ضعيف، فالجمهور يرى أن النشرة تهتم بتفاصيل الأخبار الوطنية أكثر وتوليها اهتماما أكثر ليس فقط بالمقارنة مع الأخبار الدولية ولكن حتى بالنسبة للأخبار المحلية، وهو ما أثبتته نتائج الدراسة التحليلية من خلال نتائج الجدول رقم (11).

العبارة السادسة التي مضمونها أن نشرة الثامنة تغطي جميع الأخبار بشكل يخدم الجمهور فكان متوسط اتجاه الجمهور نحوها يساوي 2,46، وهو اتجاه سلبي ضعيف، فالجمهور يظن أن الطريقة التي تغطي بها النشرة الأخبار لا تخدم الجمهور، وبالتالي يجب إعادة النظر حولها والبحث عن الطريقة المثلى لذلك عن طريق إجراء بحوث الجمهور واستطلاعات الرأي لتحسينها.

وكان متوسط شدة اتجاه الجمهور نحو العبارة السابعة التي تقول أن نشرة الثامنة تهتم بالأخبار التي تبرز قضايا وهموم ومشاكل المواطنين 2,42، وهو اتجاه سلبي ضعيف يدل على أن الجمهور غير راض عن مواضيع الأخبار التي تهتم بها نشرة الثامنة، ويراهم بعيدة عن القضايا المصيرية التي تهتمها والمشاكل والهوموم التي يتخبط فيها يوميا ولا تتطرق لها بالطريقة المناسبة.

كما كان متوسط اتجاه الجمهور نحو العبارة الثامنة التي تقول أن النشرة تغطي وتحلل الأخبار الوطنية بشكل جيد يعكس الواقع الوطني 2,56، وهو اتجاه متردد سلبي يميل نحو لن يكون سلبي أكثر، فالجمهور يرى أن تغطية النشرة وتحليلها للأخبار الوطنية لا يعكس الواقع الوطني وما يعيشه المواطن، بل تعمل على تزييف هذا الواقع وتزيينه وتجميله.

وكان متوسط اتجاه الجمهور نحو العبارة التاسعة: تغطي نشرة الثامنة وتحلل الأخبار المحلية بشكل يعكس الواقع المحلي 2,4، وهو اتجاه سلبي ضعيف، فالنشرة حسب رأي الجمهور تقوم بنفس

الشيء مع الأخبار المحلية والوطنية، فهي تظهرها وتعرضها بصورة مغايرة للواقع المعاش إلى حد كبير.

**العبرة العاشرة:** تغطي نشرة الثامنة وتحلل الأخبار الدولية بشكل جيد، متوسط اتجاه الجمهور نحوها يساوي 1,94، ما يعني اتجاه سلبي قوي، فالجمهور يرى أن تغطية النشرة للأخبار الدولية ضعيفة وغير جيدة، فلا يتعامل القارئون على النشرة مع الأخبار الدولية بنفس الطريقة التي تعامل بها الأخبار الوطنية، حيث تقدم الأخبار الدولية بسرعة وبدون تغطية في اغلب الأحيان.<sup>(24)</sup>

**العبرة الحادية عشرة:** تتميز الأخبار في نشرة الثامنة بمساحة حرية كبيرة، متوسط اتجاه الجمهور نحوها 1,94، وهو اتجاه سلبي قوي، فالجمهور لا يرى أن النشرة تتميز بمساحة حرية كبيرة، فهي في الأساس عمومية وتابعة للدولة وبالتالي فهي تخضع للمراقبة المباشرة لها، ولا تملك هامشا أو مساحة للحرية تجعلها تتعامل مع الأخبار بطريقة مغايرة، فالجزائر تنتمي إلى مصاف الدول النامية والتلفزيون في كثير من الدول النامية يخضع لإشراف الدولة المباشر، كما تتولى غالبية الدول الإدارة المباشرة لخدمات التلفزيون (وقد سبق وتطرقتنا لهذه النقاط في الفصل الثالث)، وبالتالي يعكس التلفزيون نظم وقيم المجتمع الذي يعيشه، فالأحداث لا يجب أن تقدم في صورة محايدة، ويؤثر قرار الحكومة على أسلوب معالجة المادة الإخبارية وتقييمها، وأسلوب السيطرة الأساسي هو ممارسة القائمين على معالجة الأخبار للرقابة الذاتية<sup>(25)</sup>، لهذا نجد برامج التلفزيون الإخبارية مملّة وثقيلة.

بالنسبة للعبرة 12 التي تقول أن التلفزيون الجزائري يغطي وقائع الأحداث الهامة مباشرة من موقع الحدث في النشرة، فكان نتيجة متوسط اتجاه الجمهور نحوها يساوي 2,48، وهو اتجاه سلبي ضعيف، حيث أن تغطية النشرة للأحداث الهامة بطريقة مباشرة على الهواء ومن موقع الحدث تحدث في مرات قليلة جدا حتى لا نقول منعومة، فالتلفزيون ينقل في مناسبات قليلة جدا تفاصيل عن الأحداث مثل مراسيم تشييع شخصيات وطنية، أو احتفالات استقبال رئيس الجمهورية، أما باقي الأحداث فهي غير هامة في نظر القائمين على الأخبار وبالتالي لا تلاقي نفس الاهتمام.

وكان متوسط اتجاه الجمهور نحو العبرة 13 التي تتحدث عن تميز الأخبار في نشرة الثامنة بمصداقية كبيرة 1,94، وهو يعني اتجاه سلبي قوي، حيث يرى الجمهور أن الأخبار في النشرة لا تتمتع بالمصداقية، فهي تخضع لإرادة النظام في الدولة، ويتعامل مع التغطيات الإخبارية بعدم الجدية، كما لا تذكر المصادر التي اعتمد عليها للحصول على الأخبار، كل هذا ينقص من درجة مصداقيتها.

تعالج الأخبار في نشرة الثامنة بطريقة احترافية، كان متوسط شدة اتجاه الجمهور نحو هذه العبرة 14 يساوي 2,32، وهو اتجاه سلبي ضعيف، فالجمهور يرى أن معالجة الأخبار في نشرة الثامنة لا تعكس احترافية القائمين عليها، فهي تقدم دون تغطيات في معظم الأحيان ودون صور، وتفترق إلى المصداقية وذكر المصادر في نقل الأحداث وغيرها. يرجع هذا الاتجاه إلى طبيعة ملكية القناة فهي ملك الدولة، وفي الكثير من دول العالم الثالث نجد أن الدولة تمول التلفزيون، وبالتالي يكون لها تأثيرها

المباشر في كل الأمور السياسية فيه، ويعتبر العاملون في التلفزيون مثلهم مثل موظفي الهيئات الحكومية الأخرى، حيث يختار الموظف لمدى إخلاصه في المهام التي يكلف بها، ولمدة خدمته ومؤهلاته، ولا يختار لكفاءته وقدرته على الإبداع.<sup>(26)</sup>

تتميز نشرة الثامنة بالأنية، وتنقل الأخبار في وقتها، متوسط اتجاه الجمهور نحو هذه العبارة كان 2,46، ما يعني اتجاه سلبي ضعيف، فالجمهور يرى أن النشرة تتأخر في نقلها للأخبار، ويضطر القائمون على النشرة في مرات عديدة إلى نقل صور عن أحداث مهمة في نشرات قادمة وقد تصل هذه المدة التي ينتظر فيها المشاهد تغطية للحدث يومين أو أكثر، خاصة إذا كانت الأحداث تعالج مناطق نائية على الرغم من توفر المؤسسة على محطات جهوية في مختلف مناطق مختلفة من الوطن.<sup>(27)</sup>

تغطي نشرة الثامنة أخبار كل مناطق الوطن بشكل متوازن، متوسط اتجاه الجمهور نحو هذه العبارة 1,88، وهو اتجاه سلبي قوي، فالجمهور لا يرى أن النشرة تغطي كل مناطق الوطن بشكل متوازن، بل على العكس من ذلك فالنشرة لا تتحرى التوازن في عرضها لأخبار مختلف مناطق الوطن، بل تغطي أخبار المناطق الحضرية على حساب المناطق النائية، وتهتم بأخبار العاصمة والمدن الكبرى، على حساب المناطق الداخلية والمناطق الريفية.

**العبارة الأخيرة:** تغطي الأخبار في نشرة الثامنة نشاطات الأحزاب السياسية بشكل متوازن بحيث تغطي أخبار المعارضة بنفس الطريقة التي تغطي بها أخبار الموالاة، متوسط اتجاه الجمهور نحو هذه العبارة يساوي 2,14، وهو اتجاه سلبي ضعيف، فالنشرة من وجهة نظر الجمهور لا تتحرى التوازن في تغطيتها لأخبار الأحزاب السياسية، فهي تهتم بأخبار أحزاب السلطة وأحزاب الموالاة وتقدمها في العرض على أخبار أحزاب المعارضة، هذا التوازن لا يقتصر فقط على ترتيب الأخبار في العرض ولكن يتعداه إلى عدد الأخبار، والوقت الذي تخصصه لها ونوع التغطية التي تخصصها لكل نوع من الأخبار وغيرها.

من خلال نتائج هذا الجدول يمكننا أن نستنتج أن الجمهور يملك اتجاهات سلبية تختلف شدتها حسب طبيعة العبارات المقترحة، ويمكن أن نلخصها فيما يلي:

- يرى الجمهور أن نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري تفتقر إلى الاحترافية في المعالجة، فهي لا تغطي وقائع الأحداث الهامة مباشرة من موقع الحدث، ولا تنقل الأخبار في وقتها، فهي تهتم بتغطية تفاصيل الأخبار الوطنية إلى حد ما، في حين تهمل الأخبار الدولية، فتتميز معالجتها بالتحيز وعدم التوازن حتى بالنسبة لمعالجتها للأخبار الوطنية، ما يجعلها غير قادرة على منافسة النشرات في القنوات الفضائية العربية والقنوات الدولية الكبرى.

- يملك الجمهور اتجاهات سلبية نحو مضمون نشرة الثامنة فهي تفتقر إلى المصداقية، ولا تتمتع بمساحة حرية كبيرة، وتغطي وتحلل الإخبار الوطنية والمحلية بشكل لا يعكس عه حقيقة الواقع المعاش، ويبتعد عن الاهتمام بالأخبار التي تبرز قضايا وهموم ومشاكل المواطن.

### جدول رقم(67) يبين اتجاهات الجمهور من العبارات السلبية التي تعالج موضوع نشرة أخبار

#### الثامنة:

رقم	العبارة
1	تعاني نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري من تدني مستوى الأداء في البرنامج والإخراج مقارنة بالتلفزيونات العربية والدولية والتلفزيونات الجزائرية الخاصة.
2	تبرز نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري الأخبار الخاصة بالنشاط الحكومي على حساب الأخبار الأخرى مهما كانت مهمة.
3	تهتم نشرة الثامنة بأخبار المناطق والولايات الكبرى على حساب أخبار المناطق النائية.
4	تفتقر النشرة في التلفزيون الجزائري للجرأة والصراحة في معالجة الأخبار.
5	تعاني نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري من ضعف مستوى معالجة الأخبار.
6	تعاني نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري من تدني مستوى أطقم التغطية الإعلامية.
7	تعاني نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري من تدني مستوى التقديم.
8	تتخلف نشرة الثامنة عن تغطية بعض الأحداث المحلية الهامة.
9	تتميز معالجة الأخبار في نشرة الثامنة بالروتينية والسطحية.
10	تخضع الأخبار في نشرة الثامنة مباشرة لما تريده السلطة.
11	تتميز معالجة الأخبار في نشرة الثامنة بعدم الجدية.
12	لا تتوافق بعض محتويات نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري مع اهتمامات المشاهدين.
13	لا يجري القائمون على نشرة الثامنة بحوث المشاهدين للتعرف على اتجاهاتهم ورغباتهم.
14	تتميز التغطية الإعلامية في نشرة الثامنة بأنها متحيزة.
15	الأخبار في نشرة الثامنة لا تقول الحقيقة خاصة فيما يتعلق بالأخبار الوطنية.
16	تتقل أخبار الثامنة بعض الأخبار الهامة دون أن ترفقها بصور عن الحدث.
17	لا يمكن الوثوق في الأخبار التي توردها نشرة الثامنة لأنها غير محايدة وتخدم الدولة بالدرجة الأولى.

متوسط شدة الاتجاه	مجموع التكرارات الترجيحية	معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		العبارات السلبية
		ك ت	ك	ك ت	ك	ك ت	ك	ك ت	ك	ك ت	ك	
3,52	1056	24	24	84	42	198	66	360	90	390	78	العبارة 1
3,9	1170	12	12	36	18	144	48	528	132	450	90	العبارة 2
3,96	1188	18	18	36	18	108	36	456	114	570	114	العبارة 3
4,18	1254	18	18	24	12	72	24	360	90	780	156	العبارة 4
4,14	1242	6	6	12	6	108	36	576	144	540	108	العبارة 5
3,64	1092	6	6	120	60	144	48	432	108	390	78	العبارة 6
3,58	1074	18	18	48	24	144	48	504	126	360	72	العبارة 7
4	1200	12	12	48	24	126	42	384	96	630	126	العبارة 8
4,24	1272	00	00	36	18	144	48	312	78	780	156	العبارة 9
4,26	1278	00	00	36	18	162	54	240	60	840	168	العبارة 10
3,3	990	24	24	72	36	378	126	96	24	420	84	العبارة 11
3,78	1134	12	12	96	48	144	48	312	78	570	114	العبارة 12
4,14	1242	6	6	12	6	162	54	432	108	630	126	العبارة 13
4,02	1206	12	12	48	24	126	42	360	90	660	132	العبارة 14
4,18	1254	00	00	36	18	198	66	240	60	780	156	العبارة 15
4,04	1212	6	6	72	36	72	24	432	108	630	126	العبارة 16
4,08	1224	12	12	24	12	144	48	384	96	660	132	العبارة 17
3,94						متوسط شدة الاتجاه						

#### المصدر هذه الدراسة

توضح نتائج هذا الجدول أن الجمهور يملك اتجاه إيجابي ضعيف نحو العبارات السلبية التي تناولت مضمون النشرة، فهو يؤيد كل هذه العبارات السلبية لكن تختلف شدة تأييده لكل واحدة من

العبارات من عبارة إلى أخرى، وهو دليل على أن الجمهور يملك اتجاهات سلبية نحو مضامين نشرة الثامنة.

في العبارة الأولى التي تقول أن: نشرة الثامن في التلفزيون الجزائري تعاني من تدني مستوى الأداء في البرنامج والإخراج مقارنة بالتلفزيونات العربية والدولية والتلفزيونات الجزائرية الخاصة، متوسط اتجاه الجمهور نحوها كان 3,52، وهو اتجاه إيجابي ضعيف، حيث يؤيد الجمهور هذه العبارة فهو يرى أن النشرة ضعيفة مقارنة بنظيراتها في التلفزيونات العربية والدولية وحتى التلفزيونات الجزائرية الخاصة، فهي تعاني من ضعف مستوى الإخراج الذي ينعكس سلبا على باقي محتوياتها. بالنسبة للعبارة الثانية: تبرز نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري الأخبار الخاصة بالنشاط الحكومي على حساب الأخبار الأخرى مهما كانت مهمة، فمتوسط اتجاه الجمهور نحوها يساوي 3,9، وهو أيضا اتجاه إيجابي ضعيف، فالجمهور يؤيد هذه العبارة إلى حد ما، ويرى أن النشرة تهتم أكثر بالنشاط الحكومي وكل النشاطات الرسمية للدولة، على حساب باقي مواضيع النشرة، فترتبها في البداية وتخصص لها الحجم الزمني الأكبر وتعرضها بأكثر تفاصيل.

العبارة الثالثة: تهتم نشرة الثامنة بأخبار المناطق والولايات الكبرى على حساب أخبار المناطق النائية، فكان متوسط اتجاه الجمهور نحوها يساوي 3,96، وهو اتجاه إيجابي ضعيف، فالجمهور أيضا يؤيد هذه العبارة إلى حد ما، ويرى أن النشرة تعالج أخبار مختلف المناطق في الوطن بطريقة متحيزة، فتتميل إلى تغطية ومعالجة وإبراز أخبار المناطق الحضرية والولايات الكبرى على حساب أخبار المناطق النائية.

العبارة الرابعة: تفتقر النشرة في التلفزيون الجزائري للجرأة والصراحة في معالجة الأخبار، متوسط اتجاه الجمهور نحوها 4,18، وهو اتجاه إيجابي قوي، يعبر من خلاله الجمهور على تأييده لمضمون هذه العبارة، فالأخبار في النشرة تفتقر إلى العمق في الطرح والجرأة في التطرق إلى المواضيع من زوايا معينة، وتسليط الضوء على الأسباب الحقيقية التي جعلت الأحداث تتحو منحى معين، ولا تعبر صراحة عن الواقع.

العبارة الخامسة: تعاني نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري من ضعف مستوى معالجة الأخبار، كان متوسط شدة اتجاه الجمهور نحوها يساوي 4,14، ما يعني اتجاه إيجابي قوي، فالجمهور بالرغم من عدم تخصصه في المجال يلاحظ ضعف مستوى المعالجة التي تعاني منه نشرة الثامنة مقارنة بمستوى معالجة الأخبار في نشرات التلفزيون التي تقدمها القنوات المتخصصة والفضائيات العربية والشبكات الدولية.

العبارة السادسة: تعاني نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري من تدني مستوى أطقم التغطية الإعلامية، كان متوسط شدة اتجاه الجمهور نحوها يساوي 3,64، وهو اتجاه إيجابي ضعيف، يعبر من خلاله الجمهور عن تأييده لهذه العبارة، فأطقم التغطية الميدانية التابعة للقناة الوطنية للتلفزيون والتي

تعمل على تغطية الأخبار التي تبثها النشرة تعاني من ضعف في مستواها، وهو ما يؤثر سلبا على مردود النشرة ومستوى الأخبار التي تتضمنها.

**العبارة السابعة:** تعاني نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري من تدني مستوى التقديم، وكان متوسط شدة اتجاه الجمهور نحو مضمونها 3,58، وهو اتجاه إيجابي قوي يدل على تأييد الجمهور لمحتوى هذه العبارة وعدم رضاه عن مستوى الأداء الذي يقدمه مذيعي أو قارئى النشرة، مقارنة مع مقدمي النشرات في القنوات التلفزيونية الدولية والعربية، التي يتفاعل مقدمي نشراتها مع الأخبار، بطريقة تجذب انتباه المشاهدين وتشدهم، حتى أن بعض النشرات في العالم حصلت على شهرتها من سمعة وشهرة مقدميها الذين أصبحوا نجوما من وجهة نظر الجمهور.<sup>(28)</sup>

**العبارة الثامنة:** تتخلف نشرة الثامنة عن تغطية بعض الأحداث المحلية الهامة، يساوي متوسط شدة اتجاه الجمهور نحو مضمونها 4، وهو يعني اتجاه إيجابي قوي، فالجمهور يرى أن النشرة لا تقدم الأخبار المحلية المهمة في وقتها، وتتخلف عن تغطيتها حتى تأخذ الأخبار بعدا آخر وتطورات أخرى، فهي لا تتعامل مع الأخبار المحلية بنفس الطريقة التي تتعامل بها مع الأخبار الوطنية، كما تفتقر المحطات الجهوية للعدد الكافي من المراسلين لتغطية تلك الأخبار.

**العبارة التاسعة:** تتميز معالجة الأخبار في نشرة الثامنة بالروتينية والسطحية، كان متوسط شدة اتجاه الجمهور نحوها 4,24، وهو اتجاه إيجابي قوي يدل على قوة تأييد الجمهور لمحتوى هذه العبارة، فهو يرى أن معالجة الأخبار في نشرة الثامنة تفتقر إلى التجديد والابتكار والتفكير في طرق جديدة تبتعد بها عن الروتينية المعتادة، ما جعلها تتميز بالرتابة والروتينية وعدم التجديد، إضافة إلى أنها تتميز بالسطحية في الطرح، فلا تبحث عن التفاصيل المفيدة ولا تحاول الإجابة عن الأسباب الحقيقية التي جعلت الخبر أو الحدث يكون بتلك الطريقة.

**العبارة العاشرة:** تخضع الأخبار في نشرة الثامنة مباشرة لما تريده السلطة، كان متوسط شدة اتجاه الجمهور نحو هذه العبارة 4,26، وهو اتجاه إيجابي قوي، فالجمهور يرى أن النشرة بحكم ملكية الدولة للقناة الوطنية للتلفزيون وتدخلها مباشرة في تعيين المناصب النوعية (مدير القناة ورئيس تحرير النشرة)<sup>(29)</sup>، يجعلها تخضع مباشرة لرقابة السلطة وبالتالي فهي تخدم مصالحها بالطريقة التي تريدها.

**العبارة الحادية عشرة:** تتميز معالجة الأخبار في نشرة الثامنة بعدم الجدية، متوسط شدة اتجاه الجمهور نحو هذه العبارة يساوي 3,3، وهو اتجاه متردد نحو الإيجابية أي أن الاتجاه يميل إلى أن يكون إيجابيا ومؤيدا لهذه العبارة، فالنشرة تقدم الأخبار بطريقة تبتعد عن الاحترافية في الطرح والمعالجة وفي اغلب الأحيان تقدم الأخبار بدون تغطية تذكر.

**العبارة الثانية عشرة:** لا تتوافق بعض محتويات نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري مع اهتمامات المشاهدين، بمتوسط شدة اتجاه الجمهور يساوي 3,78، وهو اتجاه إيجابي ضعيف، يعبر الجمهور من خلاله على تأييده لمحتوى هذه العبارة، وأن بعض محتويات الأخبار لا تتوافق مع

اهتماماتهم ولا تفيدهم معرفتها والاطلاع عليها، مثل البرقيات التي يرسلها ويتلقاها رئيس الجمهورية من وإلى زعماء الدول والمنظمات والشخصيات الدولية والوطنية<sup>(30)</sup>.

العبارة الثالثة عشرة: لا يجري القائمون على نشرة الثامنة بحوث المشاهدين للتعرف على اتجاهاتهم ورغباتهم، متوسط شدة اتجاه الجمهور نحوها يساوي 4,14، وهو اتجاه إيجابي قوي يترجم موافقة الجمهور بشدة على مضمون العبارة، فالقائمون على النشرة وحتى القائمون على القناة لا يهتمون بتاتا لدراسة بحوث المشاهدين مثلما تفعل القنوات التلفزيونية في الدول المتقدمة وبعض منا لقنوات الفضائية العربية، وهذا راجع إلى طبيعة ملكية القناة التي تجعل هدفها ليس ربحيا كون القناة تضمن ميزانيتها من خزينة الدولة ومن مجموع الضرائب المفروضة على المواطنين، فهي لا تهتم بحجم المشاهدة التي تحققها.

العبارة الرابعة عشرة: تتميز التغطية الإعلامية في نشرة الثامنة بأنها متحيزة، بمتوسط شدة اتجاه الجمهور نحو مضمونها تساوي 4,02، وهي تعني اتجاه إيجابي قوي، يؤيد من خلاله الجمهور مضمون العبارة ويؤيد اتجاه الجمهور من عدم التوازن في معالجة الأخبار، فالجمهور يرى أن النشرة متحيزة في تغطيتها لبعض الأخبار على حساب أخبار أخرى.

العبارة الخامسة عشرة: الأخبار في نشرة الثامنة لا تقول الحقيقة خاصة فيما يتعلق بالأخبار الوطنية، متوسط شدة اتجاه الجمهور نحوها يساوي 4,18، وهو اتجاه إيجابي قوي، يؤكد تأييد الجمهور لمحتوى العبارة، وان الأخبار في نشرة الثامنة تمارس التعتيم على الحقيقة ولا تقولها خاصة بالنسبة للأخبار الوطنية، وتقوم بهذا التعتيم بمختلف الأساليب مثل تصوير مكان الحدث من زاوية معينة، قطع تصريحات في جمل محددة، كما يمكن ممارستها من خلال عدم تغطية الخبر من زوايا مختلفة.

العبارة السادسة عشرة: تنتقل أخبار الثامنة بعض الأخبار الهامة دون أن ترفقها بصور عن الحدث، بمتوسط شدة اتجاه بلغ 4,04، وهو اتجاه إيجابي قوي يدل على قوة تأييد الجمهور لهذه العبارة، حيث تنتقل نشرة الثامنة في كثير من الأحيان الأخبار دون صور لسبب أو لآخر قد يعود إلى طبيعة الحدث التي تنقله، أو لمكان حدوثه البعيد عن المراكز، كما تنتقل النشرة عددا كبيرا من الأخبار الدولية دون إرفاقها بصور، وهو ما تؤكد نتائج الدراسة التحليلية<sup>(31)</sup>.

العبارة السابعة عشرة: لا يمكن الوثوق في الأخبار التي توردها نشرة الثامنة لأنها غير محايدة وتخدم الدولة بالدرجة الأولى، بمتوسط شدة اتجاه الجمهور نحوها يساوي 4,08، وهو اتجاه إيجابي قوي يعبر عن قوة تأكيد الجمهور لهذه العبارة، فالأخبار في نشرة الثامنة تخدم الدولة وتخدم النظام بدرجة أولى لذلك لا يمكن الوثوق فيها.

نستنتج من خلال نتائج هذا الجدول أن الجمهور يؤيد كل العبارات السلبية التي تحدثت عن مضامين النشرة الإخبارية في التلفزيون الجزائري، ويملك بذلك اتجاهها سلبيا تجاه محتوياتها، فالنشرة تخدم الدولة بالدرجة الأولى، وتخضع مباشرة لما تريده السلطة، وتعمل على إبراز النشاط الحكومي



ونشاط السلطة على حساب الأخبار الأخرى، تتميز معالجتها بالتحيز وعدم الجدية، وهي لا تقول الحقيقة خاصة فيما يتعلق بالأخبار الوطنية، لذلك لا يمكن الوثوق في الأخبار التي توردها. ويرى الجمهور أن النشرة تعاني من ضعف مستوى التقديم والإخراج وضعف مستوى طواقم التغطية الميدانية، وتتخلف عن تغطية بعض الأحداث المحلية، كما تمتاز تغطيتها بالرتابة والسطحية، وتفتقر للجرأة والصراحة في معالجتها للأخبار، كما لا يجري القائمون على النشرة بإجراء بحوث المشاهدين، ولا تتوافق محتوياتها مع اهتمامات المشاهدين.

## مراجع الفصل:

- (1)\_(منتديات الشروق) [WWW.echourouk.com](http://WWW.echourouk.com) 2016/02/18 الساعة:14:23.
- (2) \_محمد معوض، بركات عبد العزيز: الخبر الإذاعي والتلفزيوني، مرجع سابق، ص ص213.
- (3) \_فارس عطوان: الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، مرجع سابق، ص 204.
- (4) \_محمد معوض، بركات عبد العزيز، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، مرجع سابق، ص ص(158—159).
- للاطلاع أكثر يمكن قراءة كتاب: ثقافة الأخبار لستيفورت آلان، ترجمة هدى فؤاد.
- (5) \_عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2008، ص 191.
- (6) \_انظر الفصل الثالث، النظم الإعلامية والأخبار في التلفزيون الجزائري، قطاعات الإعلام في الجزائر بعد 1989، الصحافة المستقلة، ص163.
- كما يمكن الإطلاع على الموضوع في كتاب: الإعلام والمجتمع، عبد الرحمان عزي والسعيد بومعيزة.
- (7) \_قيس الياسري وآخرون: الفنون الصحفية، دار الحكمة، بغداد، ط1، 1991، ص 156.
- (8) \_ مؤيد عبد الجبار الحديثي: العولمة الإعلامية والأمن القومي العربي، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2002، ص 237.
- (\*\_) \_نقصد بالطقوس هي مجموع الاستعدادات التي تعود أن يقوم بها الشخص أو مجموعة من الأشخاص قبل أو بعد القيام بعمل معين، والعمل لا يصلح بدون هذه العادات.
- (9) \_أنظر الفصل الثالث: النظم الإعلامية والأخبار في التلفزيون الجزائري، نشأة وتطور التلفزيون الجزائري، البيث الفضائي، ص175.
- (10) \_أنظر الفصل الثالث: النظم الإعلامية والأخبار في التلفزيون الجزائري، قطاعات الإعلام في الجزائر بعد 1989، قطاع السمي البصري، ص164.
- \_كما يمكن الاطلاع على قانون الإعلام لسنة 1990، ودستور 1989 في المواد المتعلقة بالتعددية الحزبية والتعددية الإعلامية.
- (11) \_أنظر الفصل الثالث: النظم الإعلامية والأخبار في التلفزيون الجزائري، عملية البرمجة في التلفزيون الجزائري، معايير ترتيب الشبكة البرمجية في التلفزيون الجزائري، ص ص(191، 192).
- (12) \_ Jacques Mousseau: La programmation d'une chaine de la télévision, OP cit, P 77.
- \_كما يمكن الاستفادة للاطلاع على خصوصية البرمجة وأنواع الشبكات البرمجية في التلفزيون الجزائري الاطلاع على كتاب: مدخل إلى الإعلام الجديد، لرضوان بلخيري.
- (13) \_فارس عطوان: الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، مرجع سابق، ص ص (199، 200).
- \_كما يمكن الرجوع إلى الفصل الأول: الإطار النظري والإجراءات المنهجية، تحديد أهم المفاهيم للدراسة، النشرة الإخبارية، ص ص(31،32).
- (14) \_المرجع نفسه، ص 39.
- (15) \_أنظر الفصل الأول: الإطار النظري والإجراءات المنهجية، نظرية الأجنحة كمنظور للدراسة، ص42.
- (16) \_أنظر الفصل الثاني: نشرات الأخبار في التلفزيون، بناء نشرات أخبار التلفزيون، عناوين الأخبار، ص 119.
- (17) \_أنظر الفصل الثاني: نشرات الأخبار في التلفزيون، الأخبار التلفزيونية، القيم الإخبارية في الخبر التلفزيوني، ص91.

- (18)\_ عظيم كامل الجميلي، ثناء إسماعيل العاني: صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 146.
- (19)\_ فارس عطوان: الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، مرجع سابق، ص 48.
- (20)\_ أنظر الفصل الثاني: نشرات الأخبار في التلفزيون، الأخبار التلفزيونية النشأة والتطور، ص 86.
- (21)\_ أنظر الفصل الرابع: عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة التحليلية، الجدول رقم (9)، الجدول رقم (10) ص 215، ص 219.
- (22)\_ أنظر الفصل الثالث: النظم الإعلامية والأخبار في التلفزيون الجزائري، الأخبار في التلفزيون الجزائري، ص 196.
- (23)\_ عبد الرزاق محمد الديلمي: الخبر في وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص 45.
- (24)\_ ستيوارت ألان: ثقافة الأخبار، مرجع سابق، ص 85.
- (25)\_ إبراهيم إمام: الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، مرجع سابق، ص (199،...، 201).
- (26)\_ ستيوارت ألان: مرجع سابق، ص 77.
- (27)\_ أنظر الفصل الأول: الإطار النظري والإجراءات المنهجية، مجتمع البحث وعينته، التعريف بالمؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري، ص 61.
- (28)\_ ألان ستيوارت، مرجع سابق ص 85.
- (29)\_ أنظر الفصل الثالث: النظم الإعلامية والأخبار في التلفزيون الجزائري، تنظيم وتسيير المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري، ص 179.
- (30)\_ أنظر نتائج الجدول رقم (63) والجدول رقم (64)، ص (318-320)
- (31)\_ أنظر الفصل الرابع: عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة التحليلية، الجدول رقم (33)، ص 265.

## الفصل السادس

### النتائج العامة للدراسة

1. النتائج العامة للدراسة التحليلية
2. النتائج العامة للدراسة الميدانية
3. العلاقة بين نتائج الدراسة التحليلية ونتائج الدراسة الميدانية
4. النتائج على ضوء الدراسات السابقة
5. النتائج على ضوء الفرضيات
6. آفاق الدراسة

## الفصل السادس

### النتائج العامة للدراسة

#### تمهيد:

يعتبر استخلاص النتائج العامة للدراسة مرحلة مهمة تتوج من خلالها كل المراحل السابقة للبحث، من خلال استجماع كل ما تم التوصل إليه من نتائج في كل من الدراسة التحليلية والدراسة الميدانية، وستقوم الباحثة في هذا الفصل بعرضها وترتيبها في محاور معينة نستطيع من خلالها مناقشة هذه النتائج ودراسة مدى توافقها مع أهداف البحث ونسبة تحققها، ومنه الإجابة على مجموع الأسئلة التي تمحورت حولها مشكلة الدراسة.

من أجل ذلك اتجهت الباحثة إلى عرض هذه النتائج ضمن مجموعة من المحاور كما يلي: عرض نتائج الدراسة التحليلية، عرض نتائج الدراسة الميدانية، العلاقة بين نتائج الدراسة التحليلية ونتائج الدراسة الميدانية، النتائج في ظل الدراسات السابقة، النتائج في ظل الفرضيات، وأخيرا آفاق الدراسة.

#### 1. النتائج العامة للدراسة التحليلية:

##### 1.1 وصف عام لنشرات الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري:

1/ تقدم نشرة الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري في أربعة أجزاء إضافة إلى الجينيريك الخاص الذي يميزها عن باقي برامج القناة، فهي تنقسم إلى عناوين، مقدمة، جسم وخاتمة، وتعتبر المقدمة أهم جزء من النشرة وتضم أهم خبر في أجندة القائمين عليها، فهي مخصصة لنشاطات رئيس الجمهورية، وقراءة كلماته الخطابية ومختلف البرقيات التي يتبادلها مع مختلف زعماء الدول والمسؤولين في مختلف الهيئات والشخصيات الوطنية والدولية، وتعرض العناوين الأخبار المهمة حسب ما يقرره ويراه القائمون على النشرة، وتترتب كل الأخبار حسب درجة أهميتها والسياسة الافتتاحية للقناة لتعرض في جسم النشرة، بينما تحوي الخاتمة خبرا واحدا بهدف الترفيه عن المشاهدين ويكون في العادة خبرا ثقافيا يقدم صورة من صور المخزون الثقافي والحضاري والتاريخي لمنطقة من مناطق الوطن، وتستخدم في تقديمها اللغة العربية الفصحى بصفة غالبية، وما تزال تستخدم اللغة الفرنسية في المرتبة الثانية وبدون ترجمة بالرغم من كل الإجراءات التي اتخذتها الدولة في مجال التعريب ودفتر شروط إنشاء القناة الذي يشترط اللغة العربية كلغة للقناة. (الجدول رقم (7)، الجدول رقم (8)، الجدول رقم (9) والجدول رقم (10)).

2/ يشغل جسم النشرة المساحة الزمنية الأكبر بنسبة 83,67% وعدد أخبار بنسبة 93,18%، تليه العناوين بمساحة زمنية تساوي 5,65% ونسبة 18,75% من عدد الأخبار، ثم المقدمة بنسبة مساحة 5,48% وعدد أخبار 3,41%، وتشغل الخاتمة مساحة زمنية بنسبة 4,31% وعدد أخبار بنسبة 3,41%، أما مساحة الجينيريك فكانت 0,97%، وكانت المساحة الإجمالية لنشرات الثامنة تساوي

31595 ثانية، بمتوسط مساحة زمنية بـ 2633 ثانية لكل نشرة بما يقارب 44 دقيقة للنشرة، وهو دليل على أهمية النشرة الإخبارية في الشبكة البرمجية للقناة الوطنية للتلفزيون. (الجدول رقم 6) والجدول رقم 7)).

3/ تعرض الأخبار في نشرة الثامنة للقناة الوطنية للتلفزيون وتترتب على أساس المجال الجغرافي الذي تشغله مواضيعها، فتقدم الأخبار الوطنية في بداية العرض، ثم تقدم الأخبار الدولية بشكل أسرع وفي وقت أقل في نهاية العرض، وتشغل الأخبار الوطنية الجزء الأكبر من المساحة الزمنية الكلية للنشرة بنسبة 88,17% وعدد أخبار يشكل 85,25%، بينما تخصص المساحة الزمنية المتبقية للأخبار الدولية بعدد أخبار يمثل نسبة 14,72%. (الجدول رقم 10)).

4/ تقدم النشرة الأخبار بمواضيع متنوعة، وتظهر مواضيع المحاكمات القضائية كنوع جديد على النشرة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري، بحيث لم تكن هذه المواضيع حتى فترة قريبة متداولة في القناة، كما تهتم النشرة بعرض المواضيع التاريخية تمجيدا لإنجازات الثورة وبطولاتها وإنجازاتها، حيث لا تزال الثورة تمثل المرجعية الشرعية لسياسة الحكم. (الجدول رقم 9)).

## 2.1 ترتيب الأخبار في أجنحة أولويات نشرة أخبار الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري:

1/ مواضيع الأخبار السياسية هي أهم المواضيع في أجنحة أخبار الثامنة، حيث تخصص لها أكبر نسبة من المساحة الزمنية قدرت بـ 46,44% يقدم خلالها 34,66% من إجمالي عدد الأخبار في النشرة، كما تشغل مساحة كبيرة في العناوين تساوي 49,02% وتشغل 100% من مساحة المقدمة و 45,26% من مساحة جسم النشرة. (الجدول 9) والجدول 10)).

2/ تبين ترتيب المواضيع حسب أهميتها في الأجنحة الإخبارية للنشرة من خلال حساب الحيز الزمني الذي يشغله كل موضوع في النشرة مقابل عدد الأخبار التي تتضمنها وتموقعها في كل جزء من أجزاء النشرة، ومنها المقدمة والعناوين، أن الأخبار السياسية هي أهم الأخبار تليها الأخبار الاجتماعية، ثم الأخبار الاقتصادية والأمنية، تأتي بعدها الأخبار الرياضية، ثم الأخبار التاريخية والأخبار الثقافية، ثم أخبار الصراعات والحروب، وفي الأخير تترتب كل من الأخبار الدينية والمحاكمات القضائية التي تعتبر أخبارا مناسبة. (الجدول رقم 9) والجدول رقم 10)).

3/ لا تدخل كل من مواضيع الأخبار العلمية وأخبار الطرائف والغرائب في دائرة اهتمامات القارئ على النشرة، فنشرات الثامنة تخلو من هذا النوع من المواضيع، كما لم تحوي النشرة مواضيع الحوادث والكوارث لكن كان نتيجة لعدم تصادف أعداد العينة مع أحداث من هذا النوع. (الجدول رقم 9)).

4/ تأتي الأخبار الوطنية في قمة اهتمامات القارئ على الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون، حيث تشغل 88,17% من إجمالي المساحة الزمنية للنشرة، وتقدم 85,23% من العدد الكلي للأخبار في

النشرة، بينما تأتي الأخبار الدولية ثانية وأخيرة وبأهمية أقل، حيث لا تشغل سوى 11,83 % من المساحة الكلية لتقدم 14,72 % من إجمالي عدد الأخبار في النشرة. (الجدول رقم (11)).

5/ تترتب مواضيع الأخبار الوطنية في أجنحة اهتمامات القارئ على الأخبار كما يلي: الأخبار السياسية في المقام الأول بمساحة زمنية تفوق نصف المساحة المخصصة للأخبار الوطنية لتقديم عدد أخبار يساوي 38,6 %، ونسبة 40 % من عدد الأخبار الوطنية التي وردت في العناوين، تترتب بعدها كل من الأخبار الاجتماعية والتاريخية، ثم الأخبار الاقتصادية، الأخبار الأمنية، الأخبار الرياضية، ثم الأخبار الثقافية وفي المركز الأخير تترتب الأخبار الدينية وأخبار المحاكمات القضائية. (الجدول رقم (12) والجدول رقم (13)).

6/ تولى نشرة الثامنة الأخبار السياسية الوطنية أهمية بالغة، وتترتب مواضيعها وتدرج من حيث الأولوية في الظهور حسب أهمية الشخصية التي يتناولها الخبر ومركزها في هرم الدولة، بحيث تعتبر أخبار رئيس الجمهورية أهم الأخبار تأتي بعدها أخبار رئيس الحكومة، ثم أخبار وزارة الخارجية كونها وزارة سيادية وعلى علاقة مباشرة بشخص الرئيس الذي اعتبر السياسة الخارجية من أولويات برنامجه خلال عهدهات حكمه الأربعة، بعدها أخبار النشاط الوزاري، ثم أخبار نشاطات الجماعات المحلية وبعدها النشاط البرلماني، لتترتب في الأخير نشاطات الأحزاب السياسية ونشاطات المنظمات الوطنية، ويتبين هذا الترتيب كما سبق وذكرنا من خلال حساب المساحة الزمنية لكل موضوع مقابل عدد الأخبار التي تتناولها بالتفصيل، مع مراعاة موقع المواضيع في أجزاء النشرة خاصة في العناوين والمقدمة، فالخبر الأهم هو الخبر الذي يرد في المقدمة، ثم تدرج الأهمية في العناوين وبعدها الترتيب في جسم النشرة. (الجدول رقم (14)، الجدول رقم (15) والجدول رقم (16)).

7/ تحتل أخبار قطاع الخدمات أهمية كبرى بالنسبة للأخبار الاجتماعية الوطنية بحيث تشغل مساحة زمنية تساوي 81,32 % من مساحة الأخبار الاجتماعية الوطنية، وبعدها أخبار يساوي 84,82 % لتأتي بعده الأخبار الإنسانية التي تشغل المساحة المتبقية وبعدها أخبار 15,38 % من عدد الأخبار الاجتماعية. (الجدول رقم (17)).

8/ تتصدر المشاريع الاقتصادية التنموية مواضيع الأخبار الاقتصادية الوطنية من حيث أهميتها في ترتيب أولويات النشرة، حيث خصصت لها مساحة زمنية بنسبة 67,16 % لتقديم نسبة 63,64 % من إجمالي عدد الأخبار الاقتصادية الوطنية، ثم تترتب بعدها أخبار الاستثمارات الاقتصادية في مرتبة ثانية بنسبة 32,84 % من مساحة الأخبار الاقتصادية الوطنية وبعدها أخبار يساوي 36,36 % من عدد أخبارها. (الجدول رقم (18)).

9/ وفيما يخص مواضيع الأخبار الرياضية الوطنية فتصدرها أخبار كرة القدم من حيث الأهمية بنسبة 70,74 % من الحيز الزمني المخصص للأخبار الوطنية و80 % من عدد الأخبار الرياضية، لتأتي بعدها أخبار باقي الرياضات الجماعية ثم بدرجة أقل أخبار الرياضات الفردية. (الجدول رقم (19)).

10/ يختلف ترتيب أولويات مواضيع الأخبار الدولية عنها في الأخبار الوطنية، حيث تصدر أخبار الصراعات والحروب أولوية اهتمام نشرة أخبار الثامنة في التلفزيون الوطني الجزائري بنسبة 53,85 % من مساحة الأخبار الدولية، تليها الأخبار السياسية ثم الأخبار الرياضية، بعدها الأخبار الأمنية وأخيرا مواضيع الأخبار الثقافية. (الجدول رقم(12) والجدول رقم(21)).

11/ تحظى أخبار المنطقة العربية بأهمية أكبر في ترتيب أولويات النشرة، فهي تحتل مساحة زمنية تساوي 52,80% لعرض عدد أخبار يمثل نسبة 46,15 % من إجمالي عدد الأخبار الدولية، تترتب بعدها أخبار أوروبا، ثم أخبار المنظمات الدولية، ثم أخبار باقي دول العالم، وتترتب أخبار إفريقيا في المرتبة الأخيرة من حيث أهميتها في النشرة، وتلعب العلاقات السياسية والإيديولوجية والإقليمية دورا كبيرا في ترتيب الأخبار الدولية في أجنحة أولويات النشرة. (الجدول رقم(20) والجدول رقم(21)).

12/ تترتب مواضيع أخبار المنطقة العربية في أجنحة اهتمامات نشرة الثامنة كما يلي: أخبار الصحراء الغربية في المقام الأول بنسبة مساحة تقدر بـ 67,14 % من إجمالي مساحة أخبار المنطقة العربية مخصصة لعرض 33,33 % من عدد الأخبار العربية، تترتب بعدها في المركز الثاني أخبار الأزمة السورية، ثم أخبار القضية الفلسطينية، وفي المركز الأخير نجد أخبار كل من العراق وليبيا واليمن. (الجدول رقم(22)).

### 3.1 المعالجة الإعلامية لأخبار نشرات الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري:

1/ تتميز نشرة الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون الوطني بالجدية طول فترة عرض الأخبار، فكل المواضيع التي تعرضها تتميز بالجدية فلا يرى القارئ على النشرة في أخبار الطرائف والغرائب أحداثا يمكن أن ترقى إلى درجة الخبر الذي تعرضه وتتناوله النشرة. (الجدول رقم (9)).

2/ تعتمد النشرة على المصادر الرسمية كمصادر رئيسية للأخبار، وهي تحتل نسبة 45,45 % من أنواع المصادر، يليها مباشرة المندوبون أو المبعوثون، ثم مصادر غير محددة، لتكون المصادر الخارجية هي المصدر الأساسي الذي تعتمد عليه النشرة للحصول على الأخبار وتغطيتها. (الجدول رقم(23)).

3/ تختلف نوعية المصادر التي تعتمد عليها النشرة بشكل أساسي للحصول على الأخبار في الأخبار الوطنية عنها في الأخبار الدولية، فبينما تعتمد على المصادر الرسمية بشكل كبير في الأخبار الوطنية يليها المندوبون والمبعوثون، وفي الأخير المصادر غير المحددة، نجدها تعتمد على المصادر غير المحددة وبنسبة كبيرة تساوي 76,92 % للحصول على الأخبار الدولية، تليها المصادر الرسمية وفي الأخير المندوبون والمبعوثون. (الجدول رقم(23)).

4/ تشكل التغطيات التسجيلية أكبر نوع من التغطيات التي يعتمد عليها القارئ على نشرة الثامنة في عرضهم للأخبار بنسبة 59,09 % من مجموع أنواع التغطيات، وتعتبر نسبة الأخبار التي تعرض دون



تغطية نسبة مرتفعة فهي تساوي 40,34%، بينما نسبة التغطيات التمهيدية قليلة جدا تساوي 0,57% هذا ولم تعتمد النشرة على التسجيلات الحية بناتا. (الجدول رقم(24)).

5/ تختلف أنواع التغطيات التي يعتمد عليها في تقديم نشرة الأخبار الرئيسية بالنسبة للأخبار الوطنية مقارنة بالأخبار الدولية، فهي تقدم الأخبار الوطنية بالاعتماد على التغطيات التسجيلية بنسبة 66,67%، ثم الأخبار بدون تغطيات بنسبة 32,67%، والتغطية التمهيدية في الأخير بنسبة 0,66%، في حين تشكل الأخبار التي قدمت دون تغطية في الأخبار الدولية نسبة مرتفعة كثيرا تساوي 84,62%، من نسبة الأخبار الدولية، ثم التغطيات التسجيلية بنسبة قليلة تساوي 15,38%، مع غياب كلي للتغطيات التمهيدية بالنسبة للأخبار الدولية. (الجدول رقم(25)).

6/ كما تختلف أنواع التغطيات الإخبارية التي اعتمد عليها لعرض الأخبار في نشرة الثامنة باختلاف المواضيع التي تضمنتها النشرة، حيث اعتمد على التغطيات التسجيلية في تغطية كل من مواضيع الأخبار الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والمحاکمات القضائية بشكل كلي، بينما يظهر هذا النوع من التغطيات بشكل كبير ولكن ليس كلي بالنسبة لمواضيع الأخبار السياسية والتاريخية التي قدمت بدون تغطية أيضا ولكن بنسبة قليلة مقارنة مع التغطيات التسجيلية، و قدمت كل الأخبار الدينية بدون تغطية، بينما طغى نوع التقديم بدون تغطية على كل من الأخبار الأمنية والأخبار الرياضية وأخبار الصراعات والحروب والاعتماد على التغطيات التسجيلية بنسبة أقل، في حين اعتمد على التغطية التمهيدية بالنسبة للأخبار الرياضية فقط وبنسبة قليلة جدا. (الجدول رقم(24)).

7/ تتصدر قيمة الشهرة قائمة القيم التي سادت في النشرة الرئيسية للتلفزيون الوطني بنسبة 63,07%، لتأتي بعدها كل من قيمتي الواقعية والجدة، ثم قيمة الصراع، التنمية، التوقع والنتائج، الاهتمامات الإنسانية والقرب المكاني بنسب متقاربة، بينما لم تظهر كل من قيمة القرب النفسي وقيمة الضخامة بنسب كبيرة، كما لم يظهر اهتماما لقائمين على الأخبار بكل من قيمة الإثارة والغرابة والآنية بطريقة كبيرة، حيث احتلت الرتب الأخيرة من حيث نسبة الظهور وبنسب قليلة جدا. (الجدول رقم(26)).

8/ تختلف القيم السائدة في الأخبار الوطنية عن القيم السائدة في الأخبار الدولية من حيث الاعتماد عليها في عرض وترتيب الأخبار، فبالنسبة للأخبار الوطنية تظهر قيمة الشهرة كقيمة رئيسية تتحدد على أساسها أهمية الأخبار، بينما تتحدد أهمية الأخبار الدولية بدرجة أولى على أساس قيمة الصراع، ونفس الشيء بالنسبة لقائمة القيم التي سادت في نشرة أخبار الثامنة. (الجدول رقم(26)).

9/ يعتمد القائمون على الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون على تحديد أهمية الأخبار التي يجب أن تظهر في العناوين من خلال تضمينها لمجموعة من القيم الإخبارية التي تتمثل في قيمة الشهرة كقيمة أساسية ثم قيمة الواقعية بنسبة أقل قليلا، ليعتمد بعدها على كل من قيمتي التنمية والقرب المكاني بنسبة قليلة، ولم تظهر قيمة الجدة كقيمة مهمة لاختيار الأخبار التي تظهر في العناوين، بل كانت قيمة هامشية، في حين لم تشكل كل من قيمتي الآنية والإثارة والغرابة قيما تميز أخبار عناوين النشرة،

بطريقة أظهرت أن النشرة لا تهتم بالمنافسة في مجال الأخبار ولا تهتم بتحقيق السبق الصحفي. (الجدول رقم (27)).

10/ تطغى المعالجة الإيجابية للأخبار على اتجاه معالجة الأخبار في نشرة الثامنة بحيث سجلت نسبة اعتماد تساوي 63,64%، ليكون الاتجاه الحيادي في المركز الثاني بنسبة 26,70%، وأخيراً الاتجاه السلبي للمعالجة بنسبة 9,66%. (الجدول رقم (28)).

11/ يختلف اتجاه معالجة الأخبار الوطنية عنه في الأخبار الدولية، فبينما يطغى اتجاه المعالجة الإيجابية على الأخبار الوطنية بنسبة 70%، مقابل 28,67% للمعالجة الحيادية و1,33% للمعالجة السلبية، يطغى اتجاه المعالجة السلبية على اتجاه معالجة الأخبار الدولية مقابل نسبة 29,92% للمعالجة الحيادية، والاعتماد على اتجاه المعالجة الإيجابية بنسبة 15,38% فقط. (الجدول (29)، الجدول (30)).

12/ تميزت اتجاهات معالجة مواضيع الأخبار الوطنية بمعالجة كل من الأخبار الاقتصادية والثقافية والدينية باتجاه إيجابي، ولم تعالج الأخبار السياسية قط باتجاه سلبي، بل باتجاه حيادي بنسبة قليلة جداً، بينما عولجت الأخبار الاجتماعية والأخبار التاريخية باتجاه سلبي إضافة إلى الاتجاه الحيادي بنسب قليلة ومتساوية لكل الاتجاهين، بينما طغى الاتجاه الحيادي على اتجاه معالجة الأخبار الأمنية التي سجلت نسبة قليلة من المعالجة الإيجابية، وتساوت نسب اتجاه المعالجة الإيجابية والحيادية فيما يخص الأخبار الرياضية. (الجدول رقم (29)).

13/ تميزت اتجاهات معالجة الأخبار الدولية بسيطرة الاتجاه السلبي لمعالجة كل من الأخبار السياسية وأخبار الصراعات والحروب، بينما عولجت الأخبار الثقافية والأخبار الأمنية باتجاه إيجابي، وعولجت مواضيع الأخبار الرياضية باتجاه معالجة حيادي. (الجدول رقم (30)).

14/ تميز اتجاه معالجة المواضيع السياسية للأخبار الوطنية بسيطرة اتجاه المعالجة الإيجابية وغياب تام لاتجاه المعالجة السلبية، بحيث عولجت أخبار مؤسسات السلطة (الرئاسة، الطاقم الحكومي، البرلمان والجماعات المحلية) بالاعتماد الكلي على الاتجاه الإيجابي، وعولجت أخبار الأحزاب السياسية بالاعتماد الكامل على الاتجاه الحيادي في المعالجة، بينما طغى الاتجاه الإيجابي في معالجة أخبار نشاطات المنظمات الوطنية وسجلت نسبة قليلة لصالح اتجاه المعالجة الحيادي لهذا الموضوع. (الجدول رقم (31)).

15/ قدمت الأخبار في نشرة الثامنة بالاعتماد على صوت المذيع فقط بنسبة تفوق نصف الأخبار، ولا يظهر صوت الحدث الطبيعي إلا بنسبة 43,18%، بينما قدمت الأخبار بصوت المعلق فقط بنسبة 3,41%، هذا وتفوقت نسبة تقديم الأخبار بالاعتماد على صوت المعلق مع صوت الشخصيات بنسبة 38,64% على نسبة تقديمها بالاعتماد على صوت المذيع مع صوت شخصيات الحدث بنسبة 10,23%. (الجدول رقم (32)).

16/ اختلفت طريقة الاعتماد على الأصوات في تقديم الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري، عن تقديمها في الأخبار الدولية، فبينما اعتمدت في الأخبار الوطنية بشكل أساسي على صوت الحدث الطبيعي بنسبة 49,33%، وكل من صوت المذيع فقط وصوت المعلق مع صوت الشخصيات في الحدث بنسبتين متقاربتين (46,67% و43,33% لكل واحد منهما على التوالي)، اعتمدت على صوت المذيع فقط بنسبة كبيرة جدا تساوي 92,31% من الأخبار الدولية مقابل 7,69% من الأخبار ظهر فيها صوت الحدث الطبيعي، بطريقة تنقص فيها من قيمة الأخبار وقيمة النشرة. (الجدول رقم(32)).

17/ تعتمد الأخبار في النشرة الرئيسية للقناة الوطنية للتلفزيون الجزائري على الصور الفيلمية من موقع الحدث بنسبة كبيرة تساوي 71,02%، وظهرت الأخبار بدون صورة في المرتبة الثانية بنسبة 15,34%، واعتمدت على صور الشخصيات والخرائط والمواقع، وصور الأرشيف بنسبة قليلة، واعتمد على الصور الثابتة بنسبة ترتبت في المرتبة الأخيرة. (الجدول رقم(33)).

18/ يظهر الاعتماد على الصور الفيلمية من موقع الحدث في نشرة الثامنة متشابه إلى حد ما بالنسبة للاعتماد على الصور الفيلمية من موقع الحدث في عرض كل من الأخبار الوطنية والدولية بشكل أساسي، ويختلف من حيث الاعتماد في الأخبار الوطنية على عرض الأخبار من دون صورة في مرتبة ثانية ثم صور الشخصيات في مرتبة ثالثة والاعتماد على صور الأرشيف في المرتبة الأخيرة، بينما اعتمدت النشرة على صور الأرشيف في المرتبة الثانية في عرضها للأخبار الدولية، لتترتب باقي أنواع الصور في نفس المرتبة الأخيرة بنفس النسبة لكل منها. (الجدول(33)).

19/ تتطابق الصور التي تعتمد عليها النشرة في عرض الأخبار مع التعليق الذي يصاحبها بنسبة تساوي 61,36%، بينما لا يتطابقان في نسبة 38,64% من مجموع الأخبار التي تعرضها نشرة الأخبار. (الجدول رقم(34)).

20/ تختلف نسبة تطابق الصور التي تعرض الأخبار الوطنية في نشرة الأخبار الرئيسية مع التعليق الذي يصاحبها عن نسبة تطابقها في الأخبار الدولية، ففي الأخبار الوطنية 66,67% من الأخبار تتطابق فيها الصورة مع الصوت، بينما لا تتطابق الصورة مع الصوت بنسبة 69,23% في الأخبار الدولية. (الجدول رقم(34)).

21/ تعرض الأخبار في نشرة الثامنة بنسب كبيرة على شكل خبر بنسبة 42,61%، وتعرض في شكل الريبورتاج بنسبة 23,86% من مجموع الأخبار، التقرير بنسبة 22,73%، ثم التعليق بنسبة 9,09%، الحديث بنسبة 1,14%، وأخيرا البورتريه بنسبة 0,57%، بينما لم يظهر اعتمادها على كل من التحقيق والمقابلة كشكل لعرض الأخبار في كل مفردات عينة الدراسة. (الجدول رقم(35)).

22/ تختلف أنواع الأشكال التي تعرض ضمنها الأخبار الوطنية في النشرة الرئيسية عن الأشكال التي تعرض ضمنها الأخبار الدولية، حيث يعتمد على كل من الخبر والريبورتاج والتقرير بنسب كبيرة في

عرض الأخبار الوطنية، بينما تتخذ الأخبار الدولية شكل الخبر كشكل أساسي يمثل النسبة الأكبر لعرضها. (80,77%) . (الجدول رقم (35)).

23/ تختلف الأشكال التي وردت ضمنها الأخبار في نشرة الثامنة باختلاف المواضيع، فكل من الأخبار الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والتاريخية قدمت في شكل ريبورتاجات بنسبة كبيرة، وقدمت الأخبار الأمنية وأخبار الصراعات والحروب بشكل الخبر، وقدمت الأخبار الدينية وأخبار المحاكمات القضائية في شكل تقارير، وقدمت الأخبار الرياضية في شكل أخبار وتعليق بدرجة أكبر، (الجدول رقم (36)).

24/ تستخدم اللغة العربية الفصحى بنسبة أكبر في تقديم نشرة أخبار الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري حيث تمثل تشغل نسبة 85,08% من إجمالي مساحة النشرة، وتترتب اللغة الفرنسية كلغة ثانية بنسبة مساحة زمنية تساوي 7,53%، ثم اللغة العربية العامية بنسبة 6,76%، اللهجات الأمازيغية بنسبة 0,44%، وأخيرا اللغة الانجليزية بنسبة 0,19%. (الجدول رقم (8)).

#### 4.1 الأطر الإعلامية التي عرضت ضمنها الأخبار في نشرة الثامنة للقناة الوطنية للتلفزيون:

1/ عرضت الأخبار في النشرة باستخدام أطر إعلامية مختلفة، واعتمدت بشكل كبير على إطار المسؤولية بنسبة 55,68%، ليترتب ظهور الأطر بعده كما يلي: إطار الصراع، بعده إطار النتائج الاقتصادية، ثم إطار الاهتمامات الإنسانية وأخيرا الإطار الأخلاقي. (الجدول رقم (35)، الجدول رقم (37)).

2/ اختلفت الأطر المستخدمة في عرض الأخبار باختلاف المواضيع التي تتحدث عنها الأخبار في نشرة الثامنة، فاستخدم إطار النتائج الاقتصادية كإطار أساسي لتقديم كل من الأخبار السياسية والأخبار الاقتصادية، بينما استخدم إطار الاهتمامات الإنسانية في تقديم كل من الأخبار الاجتماعية، الأخبار الثقافية، الأخبار التاريخية والأخبار الدينية، واستخدم في تقديم كل من الأخبار الأمنية والأخبار الرياضية وأخبار الصراعات والحروب وأخبار المحاكمات القضائية إطار الصراع بنسبة كبيرة، في حين ظهر استخدام الإطار الأخلاقي في كل من الأخبار الأمنية والأخبار التاريخية وأخبار المحاكمات القضائية والأخبار الدينية. (الجدول رقم (37)).

3/ اختلف استخدام الأطر الإعلامية حسب المجال الجغرافي الذي تشغله الأخبار في نشرة الثامنة، فبينما تعتمد الأخبار الوطنية على إطار المسؤولية بنسبة كبيرة، تعتمد النشرة في الأخبار الدولية على إطار الصراع بشكل أكبر. (الجدول رقم (38)).

## 2. النتائج العامة للدراسة الميدانية:

### 1.2 وصف لمفردات عينة الدراسة وعادات تعرضهم للأخبار التلفزيونية:

1/ يتكون جمهور الدراسة من 66% من الإناث و34% من الذكور، يتشكل الجمهور من فئة الشباب حيث ينتمي 70% منهم إلى الفئة العمرية من 18 إلى أقل من 23 سنة، و26% منهم إلى الفئة العمرية من 23 سنة إلى أقل من 30 سنة، و4% منهم إلى الفئة العمرية الأكبر من 30 سنة، يزاول 70% منهم دراسته ف مستوى الليسانس و30% في مستوى الماستر، كما يتوزع جمهور الدراسة على مجموعة من التخصصات بحيث يمثل 24,90% تخصص لغة وأدب عربي، و22,70% تخصص العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، و14,36% في تخصص الرياضيات والإعلام الآلي، و9,95% في تخصص علوم وتكنولوجيا. (الجدول رقم(39)، الجدول رقم(40)، الجدول رقم(41) والجدول رقم(42)).

2/ يتابع كل مفردات عينة الدراسة الأخبار في وسائل الإعلام بنسبة 100%، ولا تزال القنوات التلفزيونية تشكل مصدرا أساسيا للحصول على الأخبار بنسبة 87,12%، تليها الانترنت في الدرجة الثانية وبنسبة 84%، ثم الصحف المكتوبة بنسبة 46%، المحطات الإذاعية بنسبة 20% وفي الأخير المجالات في الدرجة الأخيرة بنسبة 4%. (الجدول رقم(43)، الجدول رقم(44)).

3/ تترتب المصادر التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على الأخبار كما يلي: يحتل الانترنت المرتبة الأولى من حيث أهمية كمصدر لدى الجمهور، وتترتب بعده القنوات التلفزيونية في المرتبة الثانية من حيث الأهمية، ثم الصحف المكتوبة في المرتبة الثالثة، المحطات الإذاعية في المرتبة الرابعة، وأخيرا المجالات في المرتبة الخامسة من حيث الأهمية. (الجدول رقم(45)).

4/ يستخدم جمهور الدراسة الهاتف النقال كوسيلة أساسية لمتابعة الأخبار بنسبة 84%، يأتي بعده التلفزيون بنسبة 72%، ثم جهاز الإعلام الآلي المحمول بنسبة 50%، اللوحة الالكترونية والصحف الورقية بنسبة 36% لكل وسيلة منها، بينما يستخدم جهاز الراديو بنسبة قليلة جدا تساوي 4%. (الجدول رقم(46)).

5/ تتابع نسبة كبيرة من جمهور الدراسة الأخبار في وسائل الإعلام بطريقة غير منتظمة حيث يتابع 48% منهم الأخبار حسب الظروف، و12% يتابعونها بطريقة متقطعة، بينما يتابع 40% منهم فقط بصفة دائمة. (الجدول رقم(47)).

6/ تنصدر قناة النهار القنوات التلفزيونية الجزائرية التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على الأخبار بنسبة 78%، وتترتب القنوات الوطنية التابعة للمؤسسة الوطنية للتلفزيون المراتب التالية: تترتب قناة الجزائرية الثالثة في المركز الثالث بنسبة اختيارات تساوي 40%، القناة الوطنية الأرضية في المرتبة الخامسة، وقناة Canal Algérie في المرتبة الثامنة بنسبة 8%، حيث تترتب القنوات الخاصة في مقدمة ترتيب القنوات الجزائرية التي يتابع الجمهور عبرها الأخبار، متفوقة بذلك على القنوات العمومية. (الجدول رقم(48)).

7/ يشاهد أغلب جمهور الدراسة أخبار الثامنة في التلفزيون الجزائري، بحيث يشاهد 68% من الجمهور النشرة أحيانا و16% يشاهدونها دائما، بينما لا يشاهد 16% منهم النشرة أبدا. (الجدول رقم(49)).

8/ لم يشاهد أغلبية جمهور الدراسة نشرة الثامنة منذ حوالي شهر بنسبة 66%، منهم 56% لم يشاهدوا النشرة منذ أكثر من شهر، و16% لم يشاهدوها منذ سنة. (الجدول رقم(49)).

9/ تبقى فترة السهرة من الأوقات المفضلة لمتابعة الأخبار التلفزيونية بالنسبة لأغلبية الجمهور بنسبة 58%، ثم تأتي الفترة المسائية بعدها بنسبة 24%، الفترة الصباحية بنسبة 20%، بينما ترتبت فترة الظهيرة في آخر الأوقات التي يفضل فيها الجمهور متابعة الأخبار التلفزيونية بنسبة 10%. (الجدول رقم(50)).

10/ يشكل المنزل المكان المفضل لمتابعة الأخبار التلفزيونية عند الجمهور بنسبة 90%، وتشكل مقاهي الانترنت والسيارة مكانا مفضلا لفئة قليلة جدا منه، في حين لا يتابع الجمهور الأخبار في المقاهي أبدا. (الجدول رقم(51)).

11/ يتابع أغلبية الجمهور الأخبار التلفزيونية مع أفراد الأسرة بنسبة 86%، و22% منهم يتابعونها بمفردهم، بينما تشكل جماعة الزملاء المجموعة الأقل تفضيلا للجمهور ليتابع معها الأخبار بنسبة 2%. (الجدول رقم(52)).

12/ يتابع أغلب مفردات الجمهور الأخبار التلفزيونية عبر القنوات التلفزيونية بنسبة 86%، وعبر مواقع التواصل الاجتماعي في المركز الثاني بنسبة 44%، بينما يتابع الأخبار التلفزيونية عبر الموقع الإلكتروني للقناة بنسبة 10% فقط من الجمهور. (الجدول رقم(53)).

13/ يتابع أغلبية جمهور الدراسة نشرات الأخبار المفصلة بنسبة 56%، كما تتابع نسبة معتبرة منهم المواضيع الإخبارية وقراءة شريط الأخبار، بينما لا تحظى الحصص الإخبارية الخاصة بمتابعة واسعة من قبل جمهور الدراسة بحيث لم تتحصل سوى على 18% فقط من نسبة الإجابات. (الجدول رقم(54)).

14/ 70% من جمهور الدراسة لا يشاهد نشرات الأخبار كاملة، بحيث يشاهد 54% من الجمهور العناوين فقط، و40% يشاهدون الأخبار التي تهمهم، في حين لا يشاهد النشرة كاملة سوى 30% فقط من الجمهور. (الجدول رقم(55)، الجدول رقم(56)).

## 2.2 ترتيب الأخبار التلفزيونية حسب أولويات الجمهور:

01/ يفضل جمهور الدراسة متابعة كل الأخبار على اختلاف الموقع الجغرافي الذي تشغله بنسبة 56%، ويفضل 32% متابعة الأخبار الوطنية، و20% متابعة الأخبار العالمية، و14% يفضلون متابعة الأخبار العربية. (الجدول رقم(57)).

**02/** تترتب الأخبار الوطنية في المرتبة الأولى من حيث درجة أهميتها بالنسبة للجمهور، ثم الأخبار المحلية في المرتبة الثانية، الأخبار العربية في المرتبة الثالثة، والأخبار العالمية في المرتبة الرابعة والأخيرة، بينما تشكل نسبة 2% من مجموع الجمهور لا يهتم ترتيب الأخبار في النشرة. (الجدول رقم(58)).

**03/** تمثل مواضيع الأخبار الاجتماعية الأخبار التي يفضل أغلب الجمهور متابعتها بنسبة 52%، ثم أخبار الطقس، أخبار الحوادث والكوارث، الأخبار الثقافية والأخبار العلمية والأخبار الرياضية بدرجة أقل، بينما تأتي الأخبار السياسية في آخر درجة من التفضيل بنسبة 16%، في حين يفضل 18 % من الجمهور متابعة كل الأخبار على اختلاف مواضيعها. (الجدول رقم(59)).

**04/** يرى أغلبية الجمهور أن الأخبار الاجتماعية تأتي في الدرجة الأولى من حيث الأهمية، تليها الأخبار الثقافية، ثم أخبار الطقس، بعدها أخبار الصراعات والحروب، ثم الأخبار الرياضية، الأخبار الاقتصادية، الأخبار الأمنية، أخبار الحوادث والكوارث، الأخبار العلمية، وتشغل الأخبار السياسية المركز الأخير من حيث درجة أهميتها عند الجمهور. (الجدول رقم(60)).

**05/** يهتم الجمهور بالأخبار السياسية الوطنية بدرجة أكبر، ثم أخبار السياسة العالمية، ثم كل المواضيع السياسية معاً، وفي الأخير الأخبار السياسية العربية، وتترتب هذه المواضيع حسب درجة أهميتها عند الجمهور وتفضيل ترتيبها في النشرة بحيث تكون الأخبار السياسية الوطنية في المرتبة الأولى، تأتي بعدها الأخبار السياسية العالمية، في المرتبة الثانية، وأخيراً وفي المرتبة الثالثة تأتي الأخبار السياسية العربية، بينما 22 % من الجمهور لا يهتم بترتيبها. (الجدول رقم(61))، الجدول رقم(62)).

**06/** نصف الجمهور لا يهتم ولا يفضل متابعة كل مواضيع الأخبار السياسية الوطنية، في حين يفضل الباقي متابعة النشاط الرئاسي، ثم النشاط الوزاري ونشاطات الأحزاب السياسية، بعدها نشاط رئيس الحكومة، ثم نشاطات الجماعات المحلية، وأخيراً النشاط البرلماني، ولا يفضل كل الجمهور متابعة برقيات رئيس الجمهورية، ويفضل 2 % من الجمهور كل الأخبار معاً. (الجدول رقم(63)).

**07/** أغلبية مفردات عينة الجمهور وبنسبة 66% لا يهتمون لترتيب مواضيع الأخبار السياسية الوطنية في النشرات الإخبارية، أما الباقي فيرون أن تترتب الأخبار حسب أهميتها كما يلي: النشاط الرئاسي في المركز الأول كأهم الأخبار السياسية الوطنية، ثم يترتب بعده نشاط رئيس الحكومة، في المركز الثالث النشاط الوزاري، نشاطات الجماعات المحلية في المركز الرابع، النشاط البرلماني، ثم نشاطات الأحزاب السياسية في المركز ما قبل الأخير، وفي المركز الأخير برقيات رئيس الجمهورية. (الجدول رقم(64)).

**08/** لا يهتم أغلبية الجمهور بالنمط الذي تتبناه النشرات في ترتيبها للأخبار وتصنيفها لعرضها في النشرة بنسبة 56%، بينما يفضل 26% ترتيب الأخبار على أساس ضخامة الحدث وأهميته، و 14 %

يفضل ترتيب الأخبار على أساس نوع المواضيع، و4% منهم يفضلون ترتيب الأخبار على أساس المجال الجغرافي، بينما لا يفضل كل الجمهور ترتيب الأخبار على أساس رتب الشخصيات الفاعلة في الأخبار في هرم السلطة أية اختيارات على الإطلاق. (الجدول رقم(65)).

### 3.2 اتجاهات الجمهور نحو موضوع نشرة أخبار الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري:

01/ يتردد الجمهور في اتجاهه الذي يميل نحو الاتجاه السلبي في كون نشرة الثامنة توفر كل المعلومات لمعرفة ما يدور حوله من أحداث، وأنها تتنافس النشرات في القنوات الفضائية الخاصة. (الجدول رقم(66)).

02/ لا يرى الجمهور أن النشرة في التلفزيون الوطني الجزائري قادرة على منافسة النشرات في القنوات الفضائية العربية والقنوات الدولية الكبرى. (الجدول رقم(66)).

03/ يعتقد الجمهور أن نشرة الثامنة تهتم إلى حد ما بتفاصيل الأخبار الوطنية. (الجدول رقم(66)).

04/ يملك الجمهور اتجاهها سلبيا تجاه نشرة الثامنة، فهو لا يرى أنها تغطي جميع الأخبار بشكل يخدم الجمهور، وإبراز قضايا وهموم ومشاكل المواطنين. (الجدول رقم(66)).

05/ يعتقد الجمهور أن النشرة لا تغطي الأخبار بشكل متوازن، فهي تهتم بأخبار المناطق والولايات الكبرى على حساب المناطق النائية التي لا تعالج أخبارها بطريقة تعكس من خلالها الواقع المحلي، ونفس الشيء بالنسبة للأخبار السياسية بحيث لا تغطي أخبار أحزاب المعارضة بنفس الطريقة التي تغطي بها أخبار أحزاب السلطة. (الجدول رقم(67)).

06/ يرى الجمهور أن النشرة لا تغطي الأخبار الدولية وتحللها بشكل جيد. (الجدول رقم(66)).

07/ يملك الجمهور اتجاهها سلبيا بخصوص الاحترافية في معالجة الأخبار في نشرة الثامنة، فيرى أنها تعاني من ضعف مستوى معالجة الأخبار والإخراج، وتدني مستوى أطقم التغطية الميدانية ومستوى التقديم، ولا تهتم بتغطية وقائع الأحداث مباشرة من موقع الحدث، وتفتقر للأنية في عرض الأحداث، وتقل بعض الأخبار الهامة دون أن ترفقها بصور عن الحدث، ما يجعل معالجتها للأخبار تتميز بالرتابة والسطحية وعدم الجدية. (الجدول رقم(67)).

08/ لا يثق الجمهور في الأخبار التي توردها نشرة الثامنة، فهي تفتقر للمصداقية والحرية، وهي غير محايدة وتخضع لما تريده السلطة مباشرة وتخدم مصلحة الدولة بالدرجة الأولى. (الجدول رقم(67)).

09/ يرى الجمهور أن القائمون على النشرة لا يهتمون بمعرفة اهتمامات المشاهدين، ولا يقومون بإجراء بحوث للتعرف على اتجاهاتهم ورغباتهم، لذلك لا تتوافق بعض محتويات النشرة مع اهتمامات الجمهور. (الجدول رقم(67)).



10/ يملك الجمهور اتجاهات سلبية نحو مواضيع نشرة الثامنة، وتختلف حدة هذه الاتجاهات من القوة إلى الضعف حسب المواضيع التي تعالجها عبارات الاستبيان. (الجدول رقم(66)، الجدول رقم(67)).

### 3. العلاقة بين نتائج الدراسة التحليلية ونتائج الدراسة الميدانية:

#### 1.3 خصائص نشرة الأخبار وعادات تعرض الجمهور للأخبار التلفزيونية:

01/ تقدم نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري في وقت الذروة الذي تبدأ به فترة برامج السهرة، وتتوافق هذه الفترة مع الوقت الذي يفضله الجمهور لمتابعة الأخبار التلفزيونية، ويسمح هذا الوقت بتواجد أفراد الأسرة مجتمعين داخل المنزل لتوفير الجو الملائم الذي يفره الجمهور لمتابعة الأخبار، لتتوافق بذلك عادات متابعة الأخبار التي يفضلها الجمهور مع وقت تقديم نشرة الثامنة.

02/ يتابع الجمهور الأخبار التلفزيونية، وتعتبر القنوات التلفزيونية مصدرا أساسيا للحصول على الأخبار إضافة إلى الانترنت، ويستخدم الجمهور الهاتف النقال والتلفزيون كوسائل أساسية لمتابعة الأخبار، لذلك وجب على القائمين على القناة الوطنية للتلفزيون الأخذ بهذه العادات بعين الاعتبار، بحيث يمكنهم أن يطلقوا خدمة متابعة الأخبار مباشرة من القناة الوطنية في الهاتف النقال مثلما تفعل مختلف القنوات العالمية، بحيث يتاح للجمهور فرصة تحميل تطبيق خدمة الحصول على الأخبار مجانا مباشرة من الهاتف النقال.

03/ تعتبر مدة المساحة الزمنية التي تشغلها نشرة الثامنة (44 دقيقة) طويلة إلى حد ما خاصة وأنها تستغرق هذه المدة دون انقطاع، وهو ما يمكن أن يخلق شعورا بالملل عند الجمهور، هذا الجمهور الذي لا يتابع أغلبه نشرات الأخبار كاملة، يكفي بمشاهدة فقرة أو فترة محددة فقط من وقت النشرة، لذلك يمكن للقائمين على نشرة الثامنة أن يفكروا في طريقة لتجاوز هذه المشكلة عن طريق محاولة تحديد مدة زمنية أقصر لا يسمح للنشرة بتجاوزها إلا في حالات ملحة، كما يمكن التفكير في تخصيص فترات لعرض مواضيع الأخبار خلال أوقات مختلفة من وقت البرمجة، كما يمكن تقسيم النشرة إلى فقرات تتخللها فترة إعلانية.

04/ تقدم نشرة أخبار الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري عن طريق تقسيم العرض الإخباري إلى أخبار وطنية وأخبار دولية، بينما لا يفضل الجمهور هذه الطريقة في عرض الأخبار بحيث يفضل أن تعرض الأخبار وتصنف على أساس ضخامة الحدث وأهميته، لذلك لا تتوافق طريقة عرض الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون مع الطريقة التي يفضلها الجمهور.

### 2.3 علاقة ترتيب أولويات الأخبار مع ترتيب أولويات الجمهور:

**01/** يتوافق ترتيب مواضيع الأخبار الوطنية بدرجة كبيرة من الأهمية في النشرة مع ترتيبها من حيث الأهمية بالنسبة للجمهور على حساب باقي أنواع الأخبار.

**02/** يختلف ترتيب مواضيع الأخبار من حيث أولوية الظهور في النشرة كما يراه القارئون على الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون عن ترتيبها حسب أولويات الجمهور، فبينما تترتب مواضيع الأخبار السياسية في أعلى أولويات اهتمام القارئين على النشرة، لا تحظى هذه المواضيع بنفس درجة الأهمية عند الجمهور بل على العكس من ذلك تترتب في آخر اهتماماتهم، كما يختلف ترتيب باقي مواضيع الأخبار حسب درجة أهميتها في الأخبار عن درجة أهميتها عند الجمهور مثل الأخبار الاجتماعية وأخبار الحوادث والكوارث التي يهتم بها الجمهور ولا توليها الأخبار أولوية مهمة، يعتبر الجمهور أخبار الطقس من بين الأخبار المهمة بينما تخصص لها القناة الوطنية نشرة خاصة منفصلة عن نشرة الأخبار.

**03/** تترتب الأخبار السياسية الوطنية في أعلى درجات الأهمية في النشرة حيث تتقدم باقي مواضيع الأخبار مهما كانت أهميتها وضخامة أحداثها، بينما لا يهتم أغلب الجمهور بمواضيعها، ولا يهتم بترتيبها، كما لا يفضل ترتيب الأخبار في النشرة على أساس رتب الشخصيات الفاعلة في السلطة.

**04/** تترتب الأخبار السياسية الوطنية في نشرة الثامنة بطريقة تحترم تسلسل المراكز التي تشغلها الشخصيات والهيئات في السلطة، بحيث تنصدر قيمة الشهرة مجموع القيم التي تحدد أهمية الأخبار وعرضها في النشرة، بينما تختلف أهميتها حسب أولويات الجمهور الذي يتفق مع القارئين على النشرة على أهمية الأخبار الرئاسية، مع عدم اهتمامه بمتابعة قراءة البرقيات التي يتبادلها الرئيس مع مختلف الشخصيات والهيئات الدولية والوطنية، ولا يعتقد بأهميتها، مع أنها تعرض في مقدمة النشرة قبل التفصيل في باقي مواضيع الأخبار مهما كانت درجة أهميتها.

### 3.3 المعالجة الإعلامية للأخبار واتجاهات الجمهور نحو موضوع النشرة في القناة الوطنية

#### للتلفزيون الجزائري:

**01/** تعتمد نشرة الثامنة على المصادر الرسمية بشكل كبير يتفوق حتى على مصادرها الداخلية (مراسلين، مندوبين أو مبعوثين) ما يجعلها غير مستقلة بذاتها وتابعة لهذه الجهات من حيث نوع الأخبار ومواضيعها وطريقة عرضها، لذلك لا يثق الجمهور في الأخبار التي توردها ويراهها غير محايدة وتفتقد للمصداقية وتخضع لما تريده السلطة مباشرة وتخدم الدولة في المقام الأول.

**02/** يملك الجمهور اتجاهات سلبية من نشرة الثامنة فيرى أنها تعاني من ضعف في مستوى معالجة الأخبار، وتدني مستوى أطقم التغطية الميدانية، ولا تهتم بتغطية وقائع الأحداث مباشرة من موقع الحدث، وتفتقر للأنية في عرض الأحداث، وكانت الدراسة التحليلية قد بينت أن النشرة لا تغطي الأخبار بالاعتماد على التغطيات المباشرة وتشكل التغطيات التسجيلية أكبر نوع من التغطيات التي

يعتمد عليها في تقديم الأخبار، كما ظهرت نسبة كبيرة من الأخبار التي قدمت دون تغطية، وقدمت الأخبار بالاعتماد على صوت المذيع فقط بنسبة كبيرة.

**03/** يملك الجمهور اتجاهات سلبية نحو نشرة الثامنة فهو يرى أنها تفتقر للاحترافية، وتعاني من ضعف مستوى الإخراج، وأظهرت نتائج الدراسة التحليلية أن العرض الإخباري يفتقر للتغطيات التمهيديّة، مع ظهور نسبة معتبرة من الأخبار التي لا تتطابق فيها الصور المعروضة مع التعليق المصاحب للأخبار، وغياب بعض الأشكال الخبرية التي تعكس مدى احترافية محرري النشرة مثل التحقيق والمقابلة الحية.

**04/** يملك الجمهور اتجاهات سلبية من نشرة الثامنة بحيث يرى أنها لا تغطي الأخبار بشكل متوازن ولا تغطيها بطريقة تخدم الجمهور وتبرز قضايا وهموم ومشاكل المواطنين، وأظهرت نتائج الدراسة التحليلية أن الأخبار تهتم بالأخبار السياسية وأخبار السلطة على حساب باقي المواضيع مهما كانت أهميتها.

**05/** يملك الجمهور اتجاهات سلبية تجاه نشرة الثامنة ويعتقد أنها تعرض الأخبار الوطنية والمحلية بطريقة لا تعكس الواقع، أيدت نتائج الدراسة التحليلية هذا الرأي بحيث أظهرت أن الاتجاه الغالب على معالجة الأخبار الوطنية هو الاتجاه الإيجابي بنسبة كبيرة جدا، بطريقة تعرض الواقع بصورة أجمل.

**06/** يرى الجمهور أن النشرة لا تغطي الأخبار الدولية وتحللها بشكل جيد، وأظهرت نتائج الدراسة التحليلية أن نشرة الأخبار تعالج الأخبار الدولية بطريقة مختلفة عن الأخبار الوطنية، بحيث يغلب على المصادر التي تعتمد عليها في تقديم الأخبار الدولية المصادر غير المحددة، كما تظهر أغلبية الأخبار بدون تغطية، ترتفع نسبة عرضها بالاعتماد على الصور التي لا تتطابق مع التعليق، وتقدم بالاعتماد على الخبر كشكل رئيسي لتقديم الأخبار الدولية بطريقة مختصرة وسريعة.

#### 4. النتائج على ضوء الدراسات السابقة:

##### 1.4 النتائج على ضوء الدراسات التي تناولت تحليل مضمون النشرات الإخبارية:

- تتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج الدراسات السابقة التي صنفت ضمن هذا المحور فيما يلي:

**01/** يستغرق عرض نشرة الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري فترة زمنية طويلة مقارنة بمتوسط وقت النشرات في القنوات التلفزيونية العالمية الكبرى التي لا يزيد فيها وقت النشرة عن 15 دقيقة على أقصى تقدير، وأكدت هذه الدراسة نتائج الدراسات السابقة التي رجحت اتجاهها نحو استغراق وقت أطول يقارب دقيقة 44، هذا الوقت قد يصل إلى حدود الساعة أو أكثر في حال وجود

أخبار عن نشاطات ميدانية لرئيس الجمهورية أو رئيس الحكومة، أو حدث ترعاه السلطة العليا في الدولة.

02/ يطغى على الأخبار في التلفزيون الجزائري والتلفزيونات العربية المواضيع السياسية وخاصة المواضيع الوطنية منها.

03/ يغلب على مضمون النشرات الإخبارية في التلفزيون الجزائري الطابع الرسمي والترتيب البروتوكولي للأحداث، الترتيب الذي توضع ضمنه الأحداث وتعرض بالتسلسل حسب رتبة الشخصية التي تصنع الحدث أو يدور حولها الأحداث داخل هرم السلطة.

04/ تعتمد النشرات على المصادر الخارجية للقنوات بنسبة كبيرة في الحصول على الأخبار مقابل اعتمادها بنسب قليلة على مصادرها الداخلية (مندوبين، مراسلين، مبعوثين).

05/ تطغى المعالجة الإيجابية للأخبار على اتجاه معالجة الأخبار في نشرات عينات الدراسات وتمثل الشخصيات المحورية الصدارة في التغطية الإخبارية.

06/ يهيمن الخبر على الأشكال التي يعتمد على القائمون على الأخبار لصياغة أخبار النشرات الإخبارية.

07/ ينقص تقديم النشرات التلفزيونية محل الدراسات جوانب متعددة، مثل التنوع في الأشكال الخبرية، وغياب التغطيات الحية المباشرة، عدم تطابق الصور مع التعليق بنسبة مرتفعة (أكثر من ثلث الأخبار).

#### • في حين تختلف نتائج هذه الدراسة مع دراسات المحور في النقاط التالية:

01/ أظهرت نتائج هذه الدراسة هيمنة الخبر على الأشكال الخبرية الأخرى، كمؤشر من مؤشرات الضعف في معالجة الأخبار، خاصة وأن الأخبار التي تتضمنها لا تعالج وقائع آنية سريعة ومتسارعة، بل على العكس من ذلك تماما، حيث لا يظهر اهتمام القائمين عليها بضرورة توفر الآنية في الحدث، وتشكل التغطيات التسجيلية أكبر نوع من التغطيات التي يعتمد عليها في الحصول على الأخبار.

02/ لا تزال القنوات التلفزيونية تشكل مصدرا أساسيا للحصول على الأخبار بالنسبة للجمهور، لكن لم يعد التلفزيون هو المصدر الأول لمتابعتها، وأصبح الانترنت يحتل المرتبة الأولى من حيث أهمية المصادر، لتأتي بعده القنوات التلفزيونية.

03/ لم تعد تحظى نشرة الأخبار في التلفزيون الجزائري بأية مصداقية لدى الجمهور، الذي لم يعد يثق في أخبارها، ويرأها غير محايدة تماما وتخضع لإرادة النظام الحاكم مباشرة، وتخدم مصلحة السلطة بالدرجة الأولى.

#### 2.4 نتائج الدراسة على ضوء الدراسات التي تناولت المعالجة الإعلامية للأخبار:

• تلتقي نتائج هذه الدراسة مع الدراسات السابقة التي جاءت ضمن هذا المحور في مجموع النقاط التالية:

01/ تهتم القناة الوطنية للتلفزيون والقنوات الفضائية العربية بالأحداث السياسية، وتدخّل ضمن أولويات المعالجة والبت، وبالتالي فهي تترتب الأولى في أجندتها الإخبارية.

02/ تميل الجماهير إلى متابعة الأخبار عبر القنوات التلفزيونية الخاصة، لاعتقادهم بانحياز القنوات العمومية إلى الأنظمة التي تملكها.

03/ يميل الجمهور إلى الاعتقاد بأن معالجة القنوات الإخبارية الخاصة والمتخصصة للأحداث الجارية مميزة وعلى قدر من المهنية، على خلاف القنوات العامة وخاصة منها العمومية التي لا تقدر على منافسة تلك القنوات ولا تقوم بتغطية جميع الأخبار ولا تحليلها بشكل جيد، وتعاني من ضعف مستوى المعالجة والإخراج.

04/ أكدت نتائج هذه الدراسة نتائج الدراسات السابقة التي تقر باحتفاظ الخدمة الوطنية التي تقدمها القنوات العمومية بمكانة لدى مشاهديها بالرغم مما يعترضها من سلبيات، بحيث يرى أغلب مفردات عينة الدراسة أن النشرة تغطي الأخبار الوطنية بشكل جيد إلى حد ما.

• في حين جاءت نتائج هذه الدراسة مختلفة مع الدراسات السابقة ضمن هذا المحور فيما يلي:

01/ توصلت نتائج الدراسات السابقة إلى ارتفاع نسبة الأخبار الخاصة بالقضايا والأحداث الدولية في نشراتها، في حين أظهرت نتائج هذه الدراسة العكس، حيث لا تشغل الأخبار الدولية سوى نسبة قليلة جدا من المساحة الزمنية الكلية للأخبار وبعدها أخبار منخفض بالنسبة لباقي المواضيع الوطنية التي تقدمها نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري.

02/ أظهرت نتائج الدراسات السابقة تميز القنوات العربية الخاصة بالشكل والمضمون وتنوع المصادر وبقدر من الموضوعية، على عكس النتائج الخاصة بالقناة الوطنية للتلفزيون التي تتميز معالجتها للأخبار بالافتقار إلى التنوع في الأشكال الخبرية، وتعتمد فيها على المصادر الرسمية بصفة تكاد تكون شبه كلية، وهي غير محايدة في طرحها وتخضع لإرادة السلطة وخدمة مصالحها.

**3.4 نتائج الدراسة على ضوء الدراسات التي تناولت تأثير ترتيب الأخبار على الجمهور:**

• تتقاطع نتائج هذه الدراسة مع الدراسات السابقة ضمن هذا المحور في كون:

01/ القنوات التلفزيونية الخاصة والمتخصصة تنصدر القنوات التلفزيونية التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على الأخبار، لاعتقادهم بأنها تملك هامش أكبر من الحرية وتمتع بقدر من المصداقية.

02/ يطابق النص الإخباري الصورة المصاحبة للخبر بنسبة كبيرة في نشرات التلفزيون في عينات الدراسات.

• وتختلف نتائج هذه الدراسة مع الدراسات السابقة التي وردت ضمن هذا المحور فيما يلي:

**01/** أظهرت الدراسات السابقة أن الجمهور يعتبر القنوات التلفزيونية والفضائية أهم مصدر للمعلومات، في حين يرى جمهور هذه الدراسة الانترنت أهم مصدر للمعلومات والأخبار، لتترتب بعده القنوات التلفزيونية في المرتبة الثانية.

**02/** توصلت الدراسات السابقة حرص الجمهور على مشاهدة أخبار الطقس أو ما يعرف بال نشرات الجوية كأهم أنواع البرامج الإخبارية، بينما يتابع أغلبية جمهور الدراسة نشرات الأخبار المفصلة، ثم المواجيز الإخبارية وقراءة شريط الأخبار كأهم أنواع البرامج الإخبارية.

**03/** أظهرت نتائج الدراسات السابقة أن مواضيع الأخبار السياسية هي المواضيع التي يحرص الباحثين على مشاهدتها، تأتي بعدها أخبار الحوادث، ثم الأخبار الرياضية، بينما يرى أغلبية جمهور الدراسة أن الأخبار الاجتماعية تأتي في الدرجة الأولى من حيث أهمية المتابعة تليها الأخبار الثقافية ثم أخبار الطقس في المرتبة الثالثة.

**04/** تبين من خلال دراسات هذا المحور مدى اهتمام القنوات مجال الدراسات برأي الجمهور ودراسة اتجاهاته ومساهمة صورته في بناء المعنى وتكوين بعض القيم الإخبارية التي تتضمنها الأخبار في المؤسسات العالمية الإعلامية الكبرى، بينما لا يهتم القائمون على النشرة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري بمعرفة آراء الجمهور واهتماماته ودراسة اتجاهاتهم، ليظهر الاختلاف بين ترتيب مواضيع الأخبار من حيث أولوية ظهورها في النشرة وألوية متابعتها من طرف الجمهور، كما تختلف القيم الإخبارية التي تعتمد عليها النشرة لترتيب أهمية الأحداث عن تلك القيم التي يبحث عنها الجمهور لتحديد أهمية متابعتها، فبينما تصنف الأخبار في النشرة بقيمة شهرة صانعيها، يرى الجمهور أن قيمة ضخامة الحدث هي ما يجب أن يتحدد على أساسه ظهور الخبر وترتيبه داخلها.

#### **4.4 نتائج الدراسة على ضوء الدراسات التي تناولت أطر التغطية الإعلامية:**

- تتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج الدراسات السابقة التي تضمنها هذا المحور في الآتي:
- اعتماد وسائل الإعلام والقنوات التلفزيونية على مجموعة من الأطر في تغطيتها للأحداث وعرضها للأخبار، وتختلف هذه الأطر التي تستخدمها باختلاف المواضيع المعالجة، وطبيعة الموضوع الذي يعالجه الحدث تحدد نوع الإطار المستخدم.
- واختلفت هذه النتائج في مجموع النقاط التي نلخصها فيما يلي:

**01/** أظهرت نتائج هذه الدراسات أن مفهوم نشرات الأخبار تغير خلال القرن العشرين خاصة بعد ظهور تيارات الصحافة التفسيرية والاستقصائية وصحافة التحديد والصحافة الجديدة، حيث اتسعت رقعة الأحداث واتسعت معها رقعة التغطيات الإخبارية التي أصبحت عالمية، وبرزت معها أشكال جديدة لعرض الأخبار تعتمد أساسا على التحقيقات الميدانية والتغطيات المباشرة والنشرات المتخصصة، في حين أظهرت نتائج الدراسة اعتماد نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري على

الأساليب القديمة والتقليدية في عرضها للأخبار، وعدم تنوعها في الأشكال الخبرية التي لا تخرج عن الأشكال التقريرية، وتخلو تماما من الأشكال الاستقصائية مثل التحقيق والحديث والمقابلة وغيرها. /02 اهتمام القنوات التلفزيونية العالمية بدراسة آراء واتجاهات الجمهور وحاجاتهم ورغباتهم، التي تحدد من خلالها طبيعة العرض الإخباري ونوع القيم التي تخلله، في حين تهمل القناة الوطنية للتلفزيون هذا الجانب ولا ترى فيه ضرورة، لدرجة أصبحت أجندة أخبارها تختلف بصفة كبيرة عن أجندة واهتمامات الجمهور.

كما توصلت هذه الدراسة إلى أن النشرة في التلفزيون الجزائري تعاني من ازدواجية في المعالجة وازدواجية في العرض وازدواجية في طرح القضايا والأخبار، بالنسبة للأخبار الوطنية والأخبار الدولية، فلا تتعامل معها بنفس الطريقة ولا تلاقي نفس الدرجة من الاهتمام بمواضيعها.

### 5. النتائج على ضوء الفرضيات:

- الفرضية الأولى: تهتم الأخبار في التلفزيون الجزائري في انتقائها للأحداث وترتيبها، بالتركيز على المواضيع السياسية الخاصة بالسلطة.

مواضيع الأخبار السياسية هي أهم المواضيع في أجندة أخبار الثامنة، تخصص لها أكبر نسبة من المساحة الزمنية، وعدد أكبر من إجمالي عدد الأخبار، كما تظهر أغلبية أخبارها في عناوين النشرة وتشغل كل المساحة المخصصة للمقدمة، وتقدم هذه المواضيع قبل كل الأخبار في النشرة مهما بلغت درجة أهميتها وضخامتها، وتترتب هذه الأخبار حسب الرتبة التي تشغلها الشخصيات التي تتحدث عنها الأخبار في هرم السلطة، وتعالج مجملها باتجاه إيجابي، ومن هنا يمكن الحكم على أن الفرضية الأولى قد تحققت.

- الفرضية الثانية: تختلف الأطر الإعلامية التي يعتمد عليها القائمون على الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري باختلاف المواضيع التي تعالجها.

عرضت الأخبار في النشرة باستخدام أطر إعلامية مختلفة، واختلفت الأطر المستخدمة باختلاف المواضيع التي تتحدث عنها الأخبار في نشرة الثامنة، كما اختلف استخدام الأطر الإعلامية حسب المجال الجغرافي الذي تشغله الأخبار في نشرة الثامنة، لتكون الفرضية الثانية أيضا قد تحققت.

- الفرضية الثالثة: يملك الجمهور الجزائري اتجاهات سلبية تجاه الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري.

يملك الجمهور اتجاهها سلبيا من نشرة الثامنة، فهو لا يثق في أخبارها ويرى أنها تعاني من ضعف في مستوى معالجة الأخبار وتدني مستوى أطقم التغطية الميدانية، ولا تهتم بتغطية وقائع الأحداث مباشرة من موقع الحدث وتفتقر للأنية في عرض الأحداث، أنها تفتقر للاحترافية، وتعاني من ضعف مستوى الإخراج، وأنها لا تغطي الأخبار بشكل متوازن ولا تغطيها بطريقة تخدم الجمهور وتبرز قضايا

وهموم ومشاكل المواطنين، وأنها تعرض الأخبار الوطنية والمحلية بطريقة لا تعكس الواقع، وأن القائمون على النشرة لا يهتمون بمعرفة اهتمامات المشاهدين، ولا يقومون بإجراء بحوث للتعرف على اتجاهاتهم ورغباتهم، ما جعل ترتيب مواضيع الأخبار من حيث أولوية الظهور في النشرة كما يراه القائمون على الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون يختلف عن ترتيبها في أولويات الجمهور، وهو ما يؤكد تحقق الفرضية الثالثة.

## 6. آفاق الدراسة:

إن البحث في سبل معالجة الأخبار التلفزيونية كان وما زال يشكل هاجسا للباحثين في الإعلام والاتصال، ورغم الدراسات الكثيرة التي تناولت الموضوع فهي لا تستطيع أن تغطي كل جوانبه ولا أن تجيب عن كل الأسئلة التي يطرحها، وهذه الدراسة وإن كانت ستشكل إضافة إلى البحوث السابقة، فهي تبقى عملا من صنع البشر لا يمكنه إلا أن يحمل جوانب للقصور تستدعي مواصلة البحث فيها، لذلك أوجه دعوة للمهتمين بهذا المجال للاستفادة من نتائج هذه الدراسة والاعتماد عليها في بحوث لاحقة، تتناول الموضوع من زوايا مختلفة، مثل البحث أكثر في العلاقة بين وسائل الإعلام السمعية البصرية والسلطة في الجزائر، والقوانين التي تنظم القطاع، والبحث في تطويرها حتى تتكيف مع المعطيات الجديدة التي يفرضها الواقع، البحث أكثر في أجندة الجمهور الجزائري والعوامل التي تؤثر على ترتيب أولوياته ومراكز اهتمامه، ودراسة حاجاته المتطورة واستخداماته للأخبار وعادات وأنماط متابعته لها، كما يمكن البحث في خصوصية دور القائم بالاتصال في الجزائر، وصورة الدولة ومؤسساتها في الخطاب الإعلامي في التلفزيون، وغيرها من الدراسات والبحوث في هذا المجال.



## الفصل السادس

### النتائج العامة للدراسة

7. النتائج العامة للدراسة التحليلية
8. النتائج العامة للدراسة الميدانية
9. العلاقة بين نتائج الدراسة التحليلية ونتائج الدراسة الميدانية
10. النتائج على ضوء الدراسات السابقة
11. النتائج على ضوء الفرضيات
12. آفاق الدراسة

## الفصل السادس

### النتائج العامة للدراسة

#### تمهيد:

يعتبر استخلاص النتائج العامة للدراسة مرحلة مهمة تتوج من خلالها كل المراحل السابقة للبحث، من خلال استجماع كل ما تم التوصل إليه من نتائج في كل من الدراسة التحليلية والدراسة الميدانية، وستقوم الباحثة في هذا الفصل بعرضها وترتيبها في محاور معينة نستطيع من خلالها مناقشة هذه النتائج ودراسة مدى توافقها مع أهداف البحث ونسبة تحققها، ومنه الإجابة على مجموع الأسئلة التي تمحورت حولها مشكلة الدراسة.

من أجل ذلك اتجهت الباحثة إلى عرض هذه النتائج ضمن مجموعة من المحاور كما يلي: عرض نتائج الدراسة التحليلية، عرض نتائج الدراسة الميدانية، العلاقة بين نتائج الدراسة التحليلية ونتائج الدراسة الميدانية، النتائج في ظل الدراسات السابقة، النتائج في ظل الفرضيات، وأخيرا آفاق الدراسة.

#### 4. النتائج العامة للدراسة التحليلية:

##### 1.1 وصف عام لنشرات الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري:

1/ تقدم نشرة الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري في أربعة أجزاء إضافة إلى الجينيريك الخاص الذي يميزها عن باقي برامج القناة، فهي تنقسم إلى عناوين، مقدمة، جسم وخاتمة، وتعتبر المقدمة أهم جزء من النشرة وتضم أهم خبر في أجندة القائمين عليها، فهي مخصصة لنشاطات رئيس الجمهورية، وقراءة كلماته الخطابية ومختلف البرقيات التي يتبادلها مع مختلف زعماء الدول والمسؤولين في مختلف الهيئات والشخصيات الوطنية والدولية، وتعرض العناوين الأخبار المهمة حسب ما يقرره ويراه القائمون على النشرة، وتترتب كل الأخبار حسب درجة أهميتها والسياسة الافتتاحية للقناة لتعرض في جسم النشرة، بينما تحوي الخاتمة خبرا واحدا بهدف الترفيه عن المشاهدين ويكون في العادة خبرا ثقافيا يقدم صورة من صور المخزون الثقافي والحضاري والتاريخي لمنطقة من مناطق الوطن، وتستخدم في تقديمها اللغة العربية الفصحى بصفة غالبية، وما تزال تستخدم اللغة الفرنسية في المرتبة الثانية وبدون ترجمة بالرغم من كل الإجراءات التي اتخذتها الدولة في مجال التعريب ودفتر شروط إنشاء القناة الذي يشترط اللغة العربية كلغة للقناة. (الجدول رقم (7)، الجدول رقم(8)، الجدول رقم(9) والجدول رقم (10)).

2/ يشغل جسم النشرة المساحة الزمنية الأكبر بنسبة 83,67% وعدد أخبار بنسبة 93,18%، تليه العناوين بمساحة زمنية تساوي 5,65% ونسبة 18,75% من عدد الأخبار، ثم المقدمة بنسبة مساحة 5,48% وعدد أخبار 3,41%، وتشغل الخاتمة مساحة زمنية بنسبة 4,31% وعدد أخبار بنسبة 3,41%، أما مساحة الجينيريك فكانت 0,97%، وكانت المساحة الإجمالية لنشرات الثامنة تساوي 31595 ثانية، بمتوسط مساحة زمنية بـ 2633 ثانية لكل نشرة بما يقارب 44دقيقة للنشرة، وهو دليل على أهمية النشرة الإخبارية في الشبكة البرمجية للقناة الوطنية للتلفزيون. (الجدول رقم(6) والجدول رقم(7)).

3/ تعرض الأخبار في نشرة الثامنة للقناة الوطنية للتلفزيون وتترتب على أساس المجال الجغرافي الذي تشغله مواضيعها، فتقدم الأخبار الوطنية في بداية العرض، ثم تقدم الأخبار الدولية بشكل أسرع وفي وقت أقل في نهاية العرض، وتشغل الأخبار الوطنية الجزء الأكبر من المساحة الزمنية الكلية للنشرة بنسبة 88,17% وعدد أخبار يشكل 85,25%، بينما تخصص المساحة الزمنية المتبقية للأخبار الدولية بعدد أخبار يمثل نسبة 14,72%. (الجدول رقم(10)).

4/ تقدم النشرة الأخبار بمواضيع متنوعة، وتظهر مواضيع المحاكمات القضائية كنوع جديد على النشرة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري، بحيث لم تكن هذه المواضيع حتى فترة قريبة متداولة في القناة، كما تهتم النشرة بعرض المواضيع التاريخية تمجيدا لإنجازات الثورة وبطولاتها وإنجازاتها، حيث لا تزال الثورة تمثل المرجعية الشرعية لسياسة الحكم. (الجدول رقم (9)).

### 2.1 ترتيب الأخبار في أجنحة أولويات نشرة أخبار الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري:

1/ مواضيع الأخبار السياسية هي أهم المواضيع في أجنحة أخبار الثامنة، حيث تخصص لها أكبر نسبة من المساحة الزمنية قدرت بـ 46,44% يقدم خلالها 34,66% من إجمالي عدد الأخبار في النشرة، كما تشغل مساحة كبيرة في العناوين تساوي 49,02% وتشغل 100% من مساحة المقدمة و45,26% من مساحة جسم النشرة. (الجدول (9) والجدول (10)).

2/ تبين ترتيب المواضيع حسب أهميتها في الأجنحة الإخبارية للنشرة من خلال حساب الحيز الزمني الذي يشغله كل موضوع في النشرة مقابل عدد الأخبار التي تتضمنها وتموقعها في كل جزء من أجزاء النشرة، ومنها المقدمة والعناوين، أن الأخبار السياسية هي أهم الأخبار تليها الأخبار الاجتماعية، ثم الأخبار الاقتصادية والأمنية، تأتي بعدها الأخبار الرياضية، ثم الأخبار التاريخية والأخبار الثقافية، ثم أخبار الصراعات والحروب، وفي الأخير تترتب كل من الأخبار الدينية والمحاكمات القضائية التي تعتبر أخبارا مناسباتية. (الجدول رقم (9) والجدول رقم (10)).

3/ لا تدخل كل من مواضيع الأخبار العلمية وأخبار الطرائف والغرائب في دائرة اهتمامات القارئ على النشرة، فنشرات الثامنة تخلو من هذا النوع من المواضيع، كما لم تحوي النشرة مواضيع الحوادث والكوارث لكن كان نتيجة لعدم تصادف أعداد العينة مع أحداث من هذا النوع. (الجدول رقم (9)).

4/ تأتي الأخبار الوطنية في قمة اهتمامات القارئ على الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون، حيث تشغل 88,17% من إجمالي المساحة الزمنية للنشرة، وتقدم 85,23% من العدد الكلي للأخبار في النشرة، بينما تأتي الأخبار الدولية ثانية وأخيرة وبأهمية أقل، حيث لا تشغل سوى 11,83% من المساحة الكلية لتقدم 14,72% من إجمالي عدد الأخبار في النشرة. (الجدول رقم (11)).

5/ تترتب مواضيع الأخبار الوطنية في أجنحة اهتمامات القارئ على الأخبار كما يلي: الأخبار السياسية في المقام الأول بمساحة زمنية تفوق نصف المساحة المخصصة للأخبار الوطنية لتقديم عدد أخبار يساوي 38,6%، ونسبة 40% من عدد الأخبار الوطنية التي وردت في العناوين، تترتب بعدها كل من الأخبار الاجتماعية والتاريخية، ثم الأخبار الاقتصادية، الأخبار الأمنية، الأخبار الرياضية، ثم الأخبار الثقافية وفي المركز الأخير تترتب الأخبار الدينية وأخبار المحاكمات القضائية. (الجدول رقم (12) والجدول رقم (13)).

6/ تولى نشرة الثامنة الأخبار السياسية الوطنية أهمية بالغة، وتترتب مواضيعها وتدرج من حيث الأولوية في الظهور حسب أهمية الشخصية التي يتناولها الخبر ومركزها في هرم الدولة، بحيث تعتبر أخبار رئيس الجمهورية أهم الأخبار تأتي بعدها أخبار رئيس الحكومة، ثم أخبار وزارة الخارجية كونها وزارة سيادية وعلى علاقة مباشرة بشخص الرئيس الذي اعتبر السياسة الخارجية من أولويات برنامجه خلال عهدهات حكمه الأربعة، بعدها أخبار النشاط الوزاري، ثم أخبار نشاطات الجماعات المحلية وبعدها النشاط البرلماني، لتترتب في الأخير نشاطات الأحزاب السياسية ونشاطات المنظمات الوطنية، ويتبين هذا الترتيب كما سبق وذكرنا من خلال حساب المساحة الزمنية لكل موضوع مقابل عدد الأخبار التي تتناولها بالتفصيل، مع مراعاة موقع المواضيع في أجزاء النشرة خاصة في العناوين والمقدمة، فالخبر الأهم هو الخبر الذي يرد في المقدمة، ثم تدرج الأهمية في العناوين وبعدها الترتيب في جسم النشرة. (الجدول رقم(14)، الجدول رقم(15) والجدول رقم (16)).

7/ تحتل أخبار قطاع الخدمات أهمية كبرى بالنسبة للأخبار الاجتماعية الوطنية بحيث تشغل مساحة زمنية تساوي 81,32 % من مساحة الأخبار الاجتماعية الوطنية، وبعدها أخبار يساوي 84,82 % لتأتي بعده الأخبار الإنسانية التي تشغل المساحة المتبقية وبعدها أخبار 15,38 % من عدد الأخبار الاجتماعية. (الجدول رقم(17)).

8/ تتصدر المشاريع الاقتصادية التنموية مواضيع الأخبار الاقتصادية الوطنية من حيث أهميتها في ترتيب أولويات النشرة، حيث خصصت لها مساحة زمنية بنسبة 67,16 % لتقديم نسبة 63,64 % من إجمالي عدد الأخبار الاقتصادية الوطنية، ثم تترتب بعدها أخبار الاستثمارات الاقتصادية في مرتبة ثانية بنسبة 32,84 % من مساحة الأخبار الاقتصادية الوطنية وبعدها أخبار يساوي 36,36 % من عدد أخبارها. (الجدول رقم(18)).

9/ وفيما يخص مواضيع الأخبار الرياضية الوطنية فتصدرها أخبار كرة القدم من حيث الأهمية بنسبة 70,74 % من الحيز الزمني المخصص للأخبار الوطنية و80 % من عدد الأخبار الرياضية، لتأتي بعدها أخبار باقي الرياضات الجماعية ثم بدرجة أقل أخبار الرياضات الفردية. (الجدول رقم(19)).

10/ يختلف ترتيب أولويات مواضيع الأخبار الدولية عنها في الأخبار الوطنية، حيث تتصدر أخبار الصراعات والحروب أولوية اهتمام نشرة أخبار الثامنة في التلفزيون الوطني الجزائري بنسبة 53,85 % من مساحة الأخبار الدولية، تليها الأخبار السياسية ثم الأخبار الرياضية، بعدها الأخبار الأمنية وأخيرا مواضيع الأخبار الثقافية. (الجدول رقم(12) والجدول رقم(21)).

11/ تحظى أخبار المنطقة العربية بأهمية أكبر في ترتيب أولويات النشرة، فهي تحتل مساحة زمنية تساوي 52,80 % لعرض عدد أخبار يمثل نسبة 46,15 % من إجمالي عدد الأخبار الدولية، تترتب بعدها أخبار أوروبا، ثم أخبار المنظمات الدولية، ثم أخبار باقي دول العالم، وتترتب أخبار إفريقيا في

المرتبة الأخيرة من حيث أهميتها في النشرة، وتلعب العلاقات السياسية والإيديولوجية والإقليمية دورا كبيرا في ترتيب الأخبار الدولية في أجنحة أولويات النشرة. (الجدول رقم (20) والجدول رقم (21)).

12/ تترتب مواضيع أخبار المنطقة العربية في أجنحة اهتمامات نشرة الثامنة كما يلي: أخبار الصحراء الغربية في المقام الأول بنسبة مساحة تقدر بـ 67,14% من إجمالي مساحة أخبار المنطقة العربية مخصصة لعرض 33,33% من عدد الأخبار العربية، تترتب بعدها في المركز الثاني أخبار الأزمة السورية، ثم أخبار القضية الفلسطينية، وفي المركز الأخير نجد أخبار كل من العراق وليبيا واليمن. (الجدول رقم (22)).

### 3.1 المعالجة الإعلامية لأخبار نشرات الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري:

1/ تتميز نشرة الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون الوطني بالجدية طول فترة عرض الأخبار، فكل المواضيع التي تعرضها تتميز بالجدية فلا يرى القارئ على النشرة في أخبار الطرائف والغرائب أحيانا يمكن أن ترقى إلى درجة الخبر الذي تعرضه وتتناوله النشرة. (الجدول رقم (9)).

2/ تعتمد النشرة على المصادر الرسمية كمصادر رئيسية للأخبار، وهي تحتل نسبة 45,45% من أنواع المصادر، يليها مباشرة المندوبون أو المبعوثون، ثم مصادر غير محددة، لتكون المصادر الخارجية هي المصدر الأساسي الذي تعتمد عليه النشرة للحصول على الأخبار وتغطيتها. (الجدول رقم (23)).

3/ تختلف نوعية المصادر التي تعتمد عليها النشرة بشكل أساسي للحصول على الأخبار في الأخبار الوطنية عنها في الأخبار الدولية، فبينما تعتمد على المصادر الرسمية بشكل كبير في الأخبار الوطنية يليها المندوبون والمبعوثون، وفي الأخير المصادر غير المحددة، نجدها تعتمد على المصادر غير المحددة وبنسبة كبيرة تساوي 76,92% للحصول على الأخبار الدولية، تليها المصادر الرسمية وفي الأخير المندوبون والمبعوثون. (الجدول رقم (23)).

4/ تشكل التغطيات التسجيلية أكبر نوع من التغطيات التي يعتمد عليها القارئ على نشرة الثامنة في عرضهم للأخبار بنسبة 59,09% من مجموع أنواع التغطيات، وتعتبر نسبة الأخبار التي تعرض دون تغطية نسبة مرتفعة فهي تساوي 40,34%، بينما نسبة التغطيات التمهيدية قليلة جدا تساوي 0,57% هذا ولم تعتمد النشرة على التسجيلات الحية بتاتا. (الجدول رقم (24)).

5/ تختلف أنواع التغطيات التي يعتمد عليها في تقديم نشرة الأخبار الرئيسية بالنسبة للأخبار الوطنية مقارنة بالأخبار الدولية، فهي تقدم الأخبار الوطنية بالاعتماد على التغطيات التسجيلية بنسبة 66,67%، ثم الأخبار بدون تغطيات بنسبة 32,67%، والتغطية التمهيدية في الأخير بنسبة 0,66%، في حين تشكل الأخبار التي قدمت دون تغطية في الأخبار الدولية نسبة مرتفعة كثيرا تساوي 84,62%، من نسبة الأخبار الدولية، ثم التغطيات التسجيلية بنسبة قليلة تساوي 15,38%، مع غياب كلي للتغطيات التمهيدية بالنسبة للأخبار الدولية. (الجدول رقم (25)).

6/ كما تختلف أنواع التغطيات الإخبارية التي اعتمد عليها لعرض الأخبار في نشرة الثامنة باختلاف المواضيع التي تضمنتها النشرة، حيث اعتمد على التغطيات التسجيلية في تغطية كل من مواضيع الأخبار الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والمحاكمات القضائية بشكل كلي، بينما يظهر هذا النوع من التغطيات بشكل كبير ولكن ليس كلي بالنسبة لمواضيع الأخبار السياسية والتاريخية التي قدمت بدون تغطية أيضا ولكن بنسبة قليلة مقارنة مع التغطيات التسجيلية، وقدمت كل الأخبار الدينية بدون تغطية، بينما طغى نوع التقديم بدون تغطية على كل من الأخبار الأمنية والأخبار الرياضية وأخبار الصراعات والحروب والاعتماد على التغطيات التسجيلية بنسبة أقل، في حين اعتمد على التغطية التمهيدية بالنسبة للأخبار الرياضية فقط وبنسبة قليلة جدا. (الجدول رقم 24)).

7/ تتصدر قيمة الشهرة قائمة القيم التي سادت في النشرة الرئيسية للتلفزيون الوطني بنسبة 63,07%، لتأتي بعدها كل من قيمتي الواقعية والجدة، ثم قيمة الصراع، التنمية، التوقع والنتائج، الاهتمامات الإنسانية والقرب المكاني بنسب متقاربة، بينما لم تظهر كل من قيمة القرب النفسي وقيمة الضخامة بنسب كبيرة، كما لم يظهر اهتماما لقائمين على الأخبار بكل من قيمة الإثارة والغرابة والآنية بطريقة كبيرة، حيث احتلت الرتب الأخيرة من حيث نسبة الظهور وبنسب قليلة جدا. (الجدول رقم 26)).

8/ تختلف القيم السائدة في الأخبار الوطنية عن القيم السائدة في الأخبار الدولية من حيث الاعتماد عليها في عرض وترتيب الأخبار، فبالنسبة للأخبار الوطنية تظهر قيمة الشهرة كقيمة رئيسية تتحدد على أساسها أهمية الأخبار، بينما تتحدد أهمية الأخبار الدولية بدرجة أولى على أساس قيمة الصراع، ونفس الشيء بالنسبة لقائمة القيم التي سادت في نشرة أخبار الثامنة. (الجدول رقم 26)).

9/ يعتمد القائمون على الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون على تحديد أهمية الأخبار التي يجب أن تظهر في العناوين من خلال تضمينها لمجموعة من القيم الإخبارية التي تتمثل في قيمة الشهرة كقيمة أساسية ثم قيمة الواقعية بنسبة أقل قليلا، ليعتمد بعدها على كل من قيمتي التنمية والقرب المكاني بنسبة قليلة، ولم تظهر قيمة الجدة كقيمة مهمة لاختيار الأخبار التي تظهر في العناوين، بل كانت قيمة هامشية، في حين لم تشكل كل من قيمتي الآنية والإثارة والغرابة قيما تميز أخبار عناوين النشرة، بطريقة أظهرت أن النشرة لا تهتم بالمنافسة في مجال الأخبار ولا تهتم بتحقيق السبق الصحفي. (الجدول رقم 27)).

10/ تطغى المعالجة الإيجابية للأخبار على اتجاه معالجة الأخبار في نشرة الثامنة بحيث سجلت نسبة اعتماد تساوي 63,64%، ليكون الاتجاه الحيادي في المركز الثاني بنسبة 26,70%، وأخيرا الاتجاه السلبي للمعالجة بنسبة 9,66%. (الجدول رقم 28)).

11/ يختلف اتجاه معالجة الأخبار الوطنية عنه في الأخبار الدولية، فبينما يطغى اتجاه المعالجة الإيجابية على الأخبار الوطنية بنسبة 70%، مقابل 28,67% للمعالجة الحيادية و1,33% للمعالجة

السلبية، يطغى اتجاه المعالجة السلبية على اتجاه معالجة الأخبار الدولية مقابل نسبة 29,92% للمعالجة المحايدة، والاعتماد على اتجاه المعالجة الإيجابية بنسبة 15,38% فقط. (الجدول (29)، الجدول (30)).

12/ تميزت اتجاهات معالجة مواضيع الأخبار الوطنية بمعالجة كل من الأخبار الاقتصادية والثقافية والدينية باتجاه إيجابي، ولم تعالج الأخبار السياسية قط باتجاه سلبي، بل باتجاه حيادي بنسبة قليلة جدا، بينما عولجت الأخبار الاجتماعية والأخبار التاريخية باتجاه سلبي إضافة إلى الاتجاه الحيادي بنسب قليلة ومتساوية لكل الاتجاهين، بينما طغى الاتجاه الحيادي على اتجاه معالجة الأخبار الأمنية التي سجلت نسبة قليلة من المعالجة الإيجابية، وتساوت نسب اتجاه المعالجة الإيجابية والمحايدة فيما يخص الأخبار الرياضية. (الجدول رقم (29)).

13/ تميزت اتجاهات معالجة الأخبار الدولية بسيطرة الاتجاه السلبي لمعالجة كل من الأخبار السياسية وأخبار الصراعات والحروب، بينما عولجت الأخبار الثقافية والأخبار الأمنية باتجاه إيجابي، وعولجت مواضيع الأخبار الرياضية باتجاه معالجة حيادي. (الجدول رقم (30)).

14/ تميز اتجاه معالجة المواضيع السياسية للأخبار الوطنية بسيطرة اتجاه المعالجة الإيجابية وغياب تام لاتجاه المعالجة السلبية، بحيث عولجت أخبار مؤسسات السلطة (الرئاسة، الطاقم الحكومي، البرلمان والجماعات المحلية) بالاعتماد الكلي على الاتجاه الإيجابي، وعولجت أخبار الأحزاب السياسية بالاعتماد الكامل على الاتجاه الحيادي في المعالجة، بينما طغى الاتجاه الإيجابي في معالجة أخبار نشاطات المنظمات الوطنية وسجلت نسبة قليلة لصالح اتجاه المعالجة الحيادي لهذا الموضوع. (الجدول رقم (31)).

15/ قدمت الأخبار في نشرة الثامنة بالاعتماد على صوت المذيع فقط بنسبة تفوق نصف الأخبار، ولا يظهر صوت الحدث الطبيعي إلا بنسبة 43,18%، بينما قدمت الأخبار بصوت المعلق فقط بنسبة 3,41%، هذا وتفوقت نسبة تقديم الأخبار بالاعتماد على صوت المعلق مع صوت الشخصيات بنسبة 38,64% على نسبة تقديمها بالاعتماد على صوت المذيع مع صوت شخصيات الحدث بنسبة 10,23%. (الجدول رقم (32)).

16/ اختلفت طريقة الاعتماد على الأصوات في تقديم الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري، عن تقديمها في الأخبار الدولية، فبينما اعتمدت في الأخبار الوطنية بشكل أساسي على صوت الحدث الطبيعي بنسبة 49,33%، وكل من صوت المذيع فقط وصوت المعلق مع صوت الشخصيات في الحدث بنسبتين متقاربتين (46,67% و 43,33% لكل واحد منهما على التوالي)، اعتمدت على صوت المذيع فقط بنسبة كبيرة جدا تساوي 92,31% من الأخبار الدولية مقابل 7,69% من الأخبار ظهر فيها صوت الحدث الطبيعي، بطريقة تنقص فيها من قيمة الأخبار وقيمة النشرة. (الجدول رقم (32)).

17/ تعتمد الأخبار في النشرة الرئيسية للقناة الوطنية للتلفزيون الجزائري على الصور الفيلمية من موقع الحدث بنسبة كبيرة تساوي 71,02%، وظهرت الأخبار بدون صورة في المرتبة الثانية بنسبة

15,34%، واعتمدت على صور الشخصيات والخرائط والمواقع، وصور الأرشيف بنسبة قليلة، واعتمد على الصور الثابتة بنسبة ترتبت في المرتبة الأخيرة. (الجدول رقم(33)).

18/ يظهر الاعتماد على الصور الفيلمية من موقع الحدث في نشرة الثامنة متشابه إلى حد ما بالنسبة للاعتماد على الصور الفيلمية من موقع الحدث في عرض كل من الأخبار الوطنية والدولية بشكل أساسي، ويختلف من حيث الاعتماد في الأخبار الوطنية على عرض الأخبار من دون صورة في مرتبة ثانية ثم صور الشخصيات في مرتبة ثالثة والاعتماد على صور الأرشيف في المرتبة الأخيرة، بينما اعتمدت النشرة على صور الأرشيف في المرتبة الثانية في عرضها للأخبار الدولية، لترتب باقي أنواع الصور في نفس المرتبة الأخيرة بنفس النسبة لكل منها. (الجدول(33)).

19/ تتطابق الصور التي تعتمد عليها النشرة في عرض الأخبار مع التعليق الذي يصاحبها بنسبة تساوي 61,36%، بينما لا يتطابقان في نسبة 38,64% من مجموع الأخبار التي تعرضها نشرة الأخبار. (الجدول رقم(34)).

20/ تختلف نسبة تطابق الصور التي تعرض الأخبار الوطنية في نشرة الأخبار الرئيسية مع التعليق الذي يصاحبها عن نسبة تطابقها في الأخبار الدولية، ففي الأخبار الوطنية 66,67% من الأخبار تتطابق فيها الصورة مع الصوت، بينما لا تتطابق الصورة مع الصوت بنسبة 69,23% في الأخبار الدولية. (الجدول رقم(34)).

21/ تعرض الأخبار في نشرة الثامنة بنسب كبيرة على شكل خبر بنسبة 42,61%، وتعرض في شكل الريبورتاج بنسبة 23,86% من مجموع الأخبار، التقرير بنسبة 22,73%، ثم التعليق بنسبة 9,09%، الحديث بنسبة 1,14%، وأخيرا البورتريه بنسبة 0,57%، بينما لم يظهر اعتمادها على كل من التحقيق والمقابلة كشكل لعرض الأخبار في كل مفردات عينة الدراسة. (الجدول رقم(35)).

22/ تختلف أنواع الأشكال التي تعرض ضمنها الأخبار الوطنية في النشرة الرئيسية عن الأشكال التي تعرض ضمنها الأخبار الدولية، حيث يعتمد على كل من الخبر والريبورتاج والتقرير بنسب كبيرة في عرض الأخبار الوطنية، بينما تتخذ الأخبار الدولية شكل الخبر كشكل أساسي يمثل النسبة الأكبر لعرضها. (80,77%) (الجدول رقم(35)).

23/ تختلف الأشكال التي وردت ضمنها الأخبار في نشرة الثامنة باختلاف المواضيع، فكل من الأخبار الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والتاريخية قدمت في شكل ريبورتاجات بنسبة كبيرة، وقدمت الأخبار الأمنية وأخبار الصراعات والحروب بشكل الخبر، وقدمت الأخبار الدينية وأخبار المحاكمات القضائية في شكل تقارير، وقدمت الأخبار الرياضية في شكل أخبار وتعليق بدرجة أكبر. (الجدول رقم(36)).

24/ تستخدم اللغة العربية الفصحى بنسبة أكبر في تقديم نشرة أخبار الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري حيث تمثل تشغل نسبة 85,08% من إجمالي مساحة النشرة، وترتب اللغة



الفرنسية كلغة ثانية بنسبة مساحة زمنية تساوي 7,53%، ثم اللغة العربية العامية بنسبة 6,76%، اللهجات الأمازيغية بنسبة 0,44%، وأخيرا اللغة الانجليزية بنسبة 0,19%. (الجدول رقم (8)).

#### **4.1 الأطر الإعلامية التي عرضت ضمنها الأخبار في نشرة الثامنة للقناة الوطنية للتلفزيون:**

1/ عرضت الأخبار في النشرة باستخدام أطر إعلامية مختلفة، واعتمدت بشكل كبير على إطار المسؤولية بنسبة 55,68%، ليترتب ظهور الأطر بعده كما يلي: إطار الصراع، بعده إطار النتائج الاقتصادية، ثم إطار الاهتمامات الإنسانية وأخيرا الإطار الأخلاقي. (الجدول رقم (35)، الجدول رقم (37)).

2/ اختلفت الأطر المستخدمة في عرض الأخبار باختلاف المواضيع التي تتحدث عنها الأخبار في نشرة الثامنة، فاستخدم إطار النتائج الاقتصادية كإطار أساسي لتقديم كل من الأخبار السياسية والأخبار الاقتصادية، بينما استخدم إطار الاهتمامات الإنسانية في تقديم كل من الأخبار الاجتماعية، الأخبار الثقافية، الأخبار التاريخية والأخبار الدينية، واستخدم في تقديم كل من الأخبار الأمنية والأخبار الرياضية وأخبار الصراعات والحروب وأخبار المحاكمات القضائية إطار الصراع بنسبة كبيرة، في حين ظهر استخدام الإطار الأخلاقي في كل من الأخبار الأمنية والأخبار التاريخية وأخبار المحاكمات القضائية والأخبار الدينية. (الجدول رقم (37)).

3/ اختلف استخدام الأطر الإعلامية حسب المجال الجغرافي الذي تشغله الأخبار في نشرة الثامنة، فبينما تعتمد الأخبار الوطنية على إطار المسؤولية بنسبة كبيرة، تعتمد النشرة في الأخبار الدولية على إطار الصراع بشكل أكبر. (الجدول رقم (38)).

### **5. النتائج العامة للدراسة الميدانية:**

#### **1.2 وصف لمفردات عينة الدراسة وعادات تعرضهم للأخبار التلفزيونية:**

1/ يتكون جمهور الدراسة من 66% من الإناث و34% من الذكور، يتشكل الجمهور من فئة الشباب حيث ينتمي 70% منهم إلى الفئة العمرية من 18 إلى أقل من 23 سنة، و26% منهم إلى الفئة العمرية من 23 سنة إلى أقل من 30 سنة، و4% منهم إلى الفئة العمرية الأكبر من 30 سنة، يزاول 70% منهم دراسته ف مستوى الليسانس و30% في مستوى الماستر، كما يتوزع جمهور الدراسة على مجموعة من التخصصات بحيث يمثل 24,90% تخصص لغة وأدب عربي، و22,70% تخصص العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، و14,36% في تخصص الرياضيات والإعلام الآلي، و9,95% في تخصص علوم وتكنولوجيا. (الجدول رقم (39)، الجدول رقم (40)، الجدول رقم (41) والجدول رقم (42)).

2/ يتابع كل مفردات عينة الدراسة الأخبار في وسائل الإعلام بنسبة 100%، ولا تزال القنوات التلفزيونية تشكل مصدرا أساسيا للحصول على الأخبار بنسبة 87,12%، تليها الانترنت في الدرجة

الثانية وبنسبة 84%، ثم الصحف المكتوبة بنسبة 46%، المحطات الإذاعية بنسبة 20% وفي الأخير المجالات في الدرجة الأخيرة بنسبة 4%.(الجدول رقم(43)، الجدول رقم(44)).

3/ تترتب المصادر التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على الأخبار كما يلي: يحتل الانترنت المرتبة الأولى من حيث أهمية كمصدر لدى الجمهور، وتترتب بعده القنوات التلفزيونية في المرتبة الثانية من حيث الأهمية، ثم الصحف المكتوبة في المرتبة الثالثة، المحطات الإذاعية في المرتبة الرابعة، وأخيرا المجالات في المرتبة الخامسة من حيث الأهمية.(الجدول رقم(45)).

4/ يستخدم جمهور الدراسة الهاتف النقال كوسيلة أساسية لمتابعة الأخبار بنسبة 84%، يأتي بعده التلفزيون بنسبة 72%، ثم جهاز الإعلام الآلي المحمول بنسبة 50%، اللوحة الالكترونية والصحف الورقية بنسبة 36% لكل وسيلة منها، بينما يستخدم جهاز الراديو بنسبة قليلة جدا تساوي 4%.(الجدول رقم(46)).

5/ تتابع نسبة كبيرة من جمهور الدراسة الأخبار في وسائل الإعلام بطريقة غير منتظمة حيث يتابع 48% منهم الأخبار حسب الظروف، و12% يتابعونها بطريقة متقطعة، بينما يتابع 40% منهم فقط بصفة دائمة.(الجدول رقم(47)).

6/ تتصدر قناة النهار القنوات التلفزيونية الجزائرية التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على الأخبار بنسبة 78%، وتترتب القنوات الوطنية التابعة للمؤسسة الوطنية للتلفزيون المراتب التالية: ترتبت قناة الجزائرية الثالثة في المركز الثالث بنسبة اختيارات تساوي 40%، القناة الوطنية الأرضية في المرتبة الخامسة، وقناة *Canal Algérie* في المرتبة الثامنة بنسبة 8%، حيث ترتبت القنوات الخاصة في مقدمة ترتيب القنوات الجزائرية التي يتابع الجمهور عبرها الأخبار، متفوقة بذلك على القنوات العمومية.(الجدول رقم(48)).

7/ يشاهد أغلب جمهور الدراسة أخبار الثامنة في التلفزيون الجزائري، بحيث يشاهد 68% من الجمهور النشرة أحيانا و16% يشاهدونها دائما، بينما لا يشاهد 16% منهم النشرة أبدا.(الجدول رقم(49)).

8/ لم يشاهد أغلبية جمهور الدراسة نشرة الثامنة منذ حوالي شهر بنسبة 66%، منهم 56% لم يشاهدوا النشرة منذ أكثر من شهر، و16% لم يشاهدوها منذ سنة.(الجدول رقم(49)).

9/ تبقى فترة السهرة من الأوقات المفضلة لمتابعة الأخبار التلفزيونية بالنسبة لأغلبية الجمهور بنسبة 58%، ثم تأتي الفترة المسائية بعدها بنسبة 24%، الفترة الصباحية بنسبة 20%، بينما ترتبت فترة الظهيرة في آخر الأوقات التي يفضل فيها الجمهور متابعة الأخبار التلفزيونية بنسبة 10%.(الجدول رقم(50)).

10/ يشكل المنزل المكان المفضل لمتابعة الأخبار التلفزيونية عند الجمهور بنسبة 90% ، وتشكل مقاهي الانترنت والسيارة مكانا مفضلا لفئة قليلة جدا منه، في حين لا يتابع الجمهور الأخبار في المقاهي أبدا. (الجدول رقم(51)).

11/ يتابع أغلبية الجمهور الأخبار التلفزيونية مع أفراد الأسرة بنسبة 86%، و 22% منهم يتابعونها بمفردهم، بينما تشكل جماعة الزملاء المجموعة الأقل تفضيلا للجمهور ليتابع معها الأخبار بنسبة 2%. (الجدول رقم(52)).

12/ يتابع أغلب مفردات الجمهور الأخبار التلفزيونية عبر القنوات التلفزيونية بنسبة 86%، وعبر مواقع التواصل الاجتماعي في المركز الثاني بنسبة 44 %، بينما يتابع الأخبار التلفزيونية عبر الموقع الإلكتروني للقناة بنسبة 10% فقط من الجمهور. (الجدول رقم(53)).

13/ يتابع أغلبية جمهور الدراسة نشرات الأخبار المفصلة بنسبة 56%، كما تتابع نسبة معتبرة منهم الموجز الإخبارية وقراءة شريط الأخبار، بينما لا تحظى الحصص الإخبارية الخاصة بمتابعة واسعة من قبل جمهور الدراسة بحيث لم تتحصل سوى على 18% فقط من نسبة الإجابات. (الجدول رقم(54)).

14/ 70 % من جمهور الدراسة لا يشاهد نشرات الأخبار كاملة، بحيث يشاهد 54% من الجمهور العناوين فقط، و40% يشاهدون الأخبار التي تهمهم، في حين لا يشاهد النشرة كاملة سوى 30 % فقط من الجمهور. (الجدول رقم(55)، الجدول رقم(56)).

## 2.2 ترتيب الأخبار التلفزيونية حسب أولويات الجمهور:

01/ يفضل جمهور الدراسة متابعة كل الأخبار على اختلاف الموقع الجغرافي الذي تشغله بنسبة 56%، ويفضل 32 % متابعة الأخبار الوطنية، و 20 % متابعة الأخبار العالمية، و14% يفضلون متابعة الأخبار العربية. (الجدول رقم(57)).

02/ تترتب الأخبار الوطنية في المرتبة الأولى من حيث درجة أهميتها بالنسبة للجمهور، ثم الأخبار المحلية في المرتبة الثانية، الأخبار العربية في المرتبة الثالثة، والأخبار العالمية في المرتبة الرابعة والأخيرة، بينما تشكل نسبة 2% من مجموع الجمهور لا يهتم ترتيب الأخبار في النشرة. (الجدول رقم(58)).

03/ تمثل مواضيع الأخبار الاجتماعية الأخبار التي يفضل أغلب الجمهور متابعتها بنسبة 52%، ثم أخبار الطقس، أخبار الحوادث والكوارث، الأخبار الثقافية والأخبار العلمية والأخبار الرياضية بدرجة أقل، بينما تأتي الأخبار السياسية في آخر درجة من التفضيل بنسبة 16%، في حين يفضل 18 % من الجمهور متابعة كل الأخبار على اختلاف مواضيعها. (الجدول رقم(59)).

**04/** يرى أغلبية الجمهور أن الأخبار الاجتماعية تأتي في الدرجة الأولى من حيث الأهمية، تليها الأخبار الثقافية، ثم أخبار الطقس، بعدها أخبار الصراعات والحروب، ثم الأخبار الرياضية، الأخبار الاقتصادية، الأخبار الأمنية، أخبار الحوادث والكوارث، الأخبار العلمية، وتشغل الأخبار السياسية المركز الأخير من حيث درجة أهميتها عند الجمهور. (الجدول رقم(60)).

**05/** يهتم الجمهور بالأخبار السياسية الوطنية بدرجة أكبر، ثم أخبار السياسة العالمية، ثم كل المواضيع السياسية معا، وفي الأخير الأخبار السياسية العربية، وتترتب هذه المواضيع حسب درجة أهميتها عند الجمهور وتفضيل ترتيبها في النشرة بحيث تكون الأخبار السياسية الوطنية في المرتبة الأولى، تأتي بعدها الأخبار السياسية العالمية، في المرتبة الثانية، وأخيرا وفي المرتبة الثالثة تأتي الأخبار السياسية العربية، بينما 22 % من الجمهور لا يهتم بترتيبها. (الجدول رقم(61)، الجدول رقم(62)).

**06/** نصف الجمهور لا يهتم ولا يفضل متابعة كل مواضيع الأخبار السياسية الوطنية، في حين يفضل الباقي متابعة النشاط الرئاسي، ثم النشاط الوزاري ونشاطات الأحزاب السياسية، بعدها نشاط رئيس الحكومة، ثم نشاطات الجماعات المحلية، وأخيرا النشاط البرلماني، ولا يفضل كل الجمهور متابعة برقيات رئيس الجمهورية، ويفضل 2 % من الجمهور كل الأخبار معا. (الجدول رقم(63)).

**07/** أغلبية مفردات عينة الجمهور وبنسبة 66% لا يهتمون لترتيب مواضيع الأخبار السياسية الوطنية في النشرات الإخبارية، أما الباقي فيرون أن ترتب الأخبار حسب أهميتها كما يلي: النشاط الرئاسي في المركز الأول كأهم الأخبار السياسية الوطنية، ثم يترتب بعده نشاط رئيس الحكومة، في المركز الثالث النشاط الوزاري، نشاطات الجماعات المحلية في المركز الرابع، النشاط البرلماني، ثم نشاطات الأحزاب السياسية في المركز ما قبل الأخير، وفي المركز الأخير برقيات رئيس الجمهورية. (الجدول رقم(64)).

**08/** لا يهتم أغلبية الجمهور بالنمط الذي تتبناه النشرات في ترتيبها للأخبار وتصنيفها لعرضها في النشرة بنسبة 56%، بينما يفضل 26% ترتيب الأخبار على أساس ضخامة الحدث وأهميته، و14 % يفضل ترتيب الأخبار على أساس نوع المواضيع، و4% منهم يفضلون ترتيب الأخبار على أساس المجال الجغرافي، بينما لا يفضل كل الجمهور ترتيب الأخبار على أساس رتب الشخصيات الفاعلة في الأخبار في هرم السلطة أية اختيارات على الإطلاق. (الجدول رقم(65)).

### 3.2 اتجاهات الجمهور نحو موضوع نشرة أخبار الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري:

- 01/ يتردد الجمهور في اتجاهه الذي يميل نحو الاتجاه السلبي في كون نشرة الثامنة توفر كل المعلومات لمعرفة ما يدور حوله من أحداث، وأنها تتنافس النشرات في القنوات الفضائية الخاصة. (الجدول رقم 66)).
- 02/ لا يرى الجمهور أن النشرة في التلفزيون الوطني الجزائري قادرة على منافسة النشرات في القنوات الفضائية العربية والقنوات الدولية الكبرى. (الجدول رقم 66)).
- 03/ يعتقد الجمهور أن نشرة الثامنة تهتم إلى حد ما بتفاصيل الأخبار الوطنية. (الجدول رقم 66)).
- 04/ يملك الجمهور اتجاهها سلبيا تجاه نشرة الثامنة، فهو لا يرى أنها تغطي جميع الأخبار بشكل يخدم الجمهور، وإبراز قضايا وهموم ومشاكل المواطنين. (الجدول رقم 66)).
- 05/ يعتقد الجمهور أن النشرة لا تغطي الأخبار بشكل متوازن، فهي تهتم بأخبار المناطق والولايات الكبرى على حساب المناطق النائية التي لا تعالج أخبارها بطريقة تعكس من خلالها الواقع المحلي، ونفس الشيء بالنسبة للأخبار السياسية بحيث لا تغطي أخبار أحزاب المعارضة بنفس الطريقة التي تغطي بها أخبار أحزاب السلطة. (الجدول رقم 67)).
- 06/ يرى الجمهور أن النشرة لا تغطي الأخبار الدولية وتحللها بشكل جيد. (الجدول رقم 66)).
- 07/ يملك الجمهور اتجاهها سلبيا بخصوص الاحترافية في معالجة الأخبار في نشرة الثامنة، فيرى أنها تعاني من ضعف مستوى معالجة الأخبار والإخراج، وتدني مستوى أطقم التغطية الميدانية ومستوى التقديم، ولا تهتم بتغطية وقائع الأحداث مباشرة من موقع الحدث، وتفتقر للأنية في عرض الأحداث، وتتقل بعض الأخبار الهامة دون أن ترفقها بصور عن الحدث، ما يجعل معالجتها للأخبار تتميز بالرتابة والسطحية وعدم الجدية. (الجدول رقم 67)).
- 08/ لا يثق الجمهور في الأخبار التي توردها نشرة الثامنة، فهي تفتقر للمصداقية والحرية، وهي غير محايدة وتخضع لما تريده السلطة مباشرة وتخدم مصلحة الدولة بالدرجة الأولى. (الجدول رقم 67)).
- 09/ يرى الجمهور أن القائمون على النشرة لا يهتمون بمعرفة اهتمامات المشاهدين، ولا يقومون بإجراء بحوث للتعرف على اتجاهاتهم ورغباتهم، لذلك لا تتوافق بعض محتويات النشرة مع اهتمامات الجمهور. (الجدول رقم 67)).
- 10/ يملك الجمهور اتجاهات سلبية نحو مواضيع نشرة الثامنة، وتختلف حدة هذه الاتجاهات من القوة إلى الضعف حسب المواضيع التي تعالجها عبارات الاستبيان. (الجدول رقم 66)، (الجدول رقم 67)).

## 6. العلاقة بين نتائج الدراسة التحليلية ونتائج الدراسة الميدانية:

### 1.3 خصائص نشرة الأخبار وعادات تعرض الجمهور للأخبار التلفزيونية:

- 01/ تقدم نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري في وقت الذروة الذي تبدأ به فترة برامج السهرة، وتتوافق هذه الفترة مع الوقت الذي يفضله الجمهور لمتابعة الأخبار التلفزيونية، ويسمح هذا الوقت

بتواجد أفراد الأسرة مجتمعين داخل المنزل لتوفير الجو الملائم الذي يفره الجمهور لمتابعة الأخبار، لتتوافق بذلك عادات متابعة الأخبار التي يفضلها الجمهور مع وقت تقديم نشرة الثامنة.

**02/** يتابع الجمهور الأخبار التلفزيونية، وتعتبر القنوات التلفزيونية مصدرا أساسيا للحصول على الأخبار إضافة إلى الانترنت، ويستخدم الجمهور الهاتف النقال والتلفزيون كوسائل أساسية لمتابعة الأخبار، لذلك وجب على القائمين على القناة الوطنية للتلفزيون الأخذ بهذه العادات بعين الاعتبار، بحيث يمكنهم أن يطلقوا خدمة متابعة الأخبار مباشرة من القناة الوطنية في الهاتف النقال مثلما تفعل مختلف القنوات العالمية، بحيث يتاح للجمهور فرصة تحميل تطبيق خدمة الحصول على الأخبار مجانا مباشرة من الهاتف النقال.

**03/** تعتبر مدة المساحة الزمنية التي تشغلها نشرة الثامنة (44 دقيقة) طويلة إلى حد ما خاصة وأنها تستغرق هذه المدة دون انقطاع، وهو ما يمكن أن يخلق شعورا بالملل عند الجمهور، هذا الجمهور الذي لا يتابع أغلبه نشرات الأخبار كاملة، يكفي بمشاهدة فقرة أو فترة محددة فقط من وقت النشرة، لذلك يمكن للقائمين على نشرة الثامنة أن يفكروا في طريقة لتجاوز هذه المشكلة عن طريق محاولة تحديد مدة زمنية أقصر لا يسمح للنشرة بتجاوزها إلا في حالات ملحة، كما يمكن التفكير في تخصيص فترات لعرض مواضيع الأخبار خلال أوقات مختلفة من وقت البرمجة، كما يمكن تقسيم النشرة إلى فقرات تتخللها فترة إعلانية.

**04/** تقدم نشرة أخبار الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري عن طريق تقسيم العرض الإخباري إلى أخبار وطنية وأخبار دولية، بينما لا يفضل الجمهور هذه الطريقة في عرض الأخبار بحيث يفضل أن تعرض الأخبار وتصنف على أساس ضخامة الحدث وأهميته، لذلك لا تتوافق طريقة عرض الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون مع الطريقة التي يفضلها الجمهور.

### **2.3 علاقة ترتيب أولويات الأخبار مع ترتيب أولويات الجمهور:**

**01/** يتوافق ترتيب مواضيع الأخبار الوطنية بدرجة كبيرة من الأهمية في النشرة مع ترتيبها من حيث الأهمية بالنسبة للجمهور على حساب باقي أنواع الأخبار.

**02/** يختلف ترتيب مواضيع الأخبار من حيث أولوية الجمهور في النشرة كما يراه القائمون على الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون عن ترتيبها حسب أولويات الجمهور، فبينما تترتب مواضيع الأخبار السياسية في أعلى أولويات اهتمام القائمين على النشرة، لا تحظى هذه المواضيع بنفس درجة الأهمية عند الجمهور بل على العكس من ذلك تترتب في آخر اهتماماتهم، كما يختلف ترتيب باقي مواضيع الأخبار حسب درجة أهميتها في الأخبار عن درجة أهميتها عند الجمهور مثل الأخبار

الاجتماعية وأخبار الحوادث والكوارث التي يهتم بها الجمهور ولا توليها الأخبار أولوية مهمة، يعتبر الجمهور أخبار الطقس من بين الأخبار المهمة بينما تخصص لها القناة الوطنية نشرة خاصة منفصلة عن نشرة الأخبار.

**03/** تترتب الأخبار السياسية الوطنية في أعلى درجات الأهمية في النشرة حيث تتقدم باقي مواضيع الأخبار مهما كانت أهميتها وضخامة أحداثها، بينما لا يهتم أغلب الجمهور بمواضيعها، ولا يهتم بترتيبها، كما لا يفضل ترتيب الأخبار في النشرة على أساس رتب الشخصيات الفاعلة في السلطة.

**04/** تترتب الأخبار السياسية الوطنية في نشرة الثامنة بطريقة تحترم تسلسل المراكز التي تشغلها الشخصيات والهيئات في السلطة، بحيث تصدر قيمة الشهرة مجموع القيم التي تحدد أهمية الأخبار وعرضها في النشرة، بينما تختلف أهميتها حسب أولويات الجمهور الذي يتفق مع القائمين على النشرة على أهمية الأخبار الرئاسية، مع عدم اهتمامه بمتابعة قراءة البرقيات التي يتبادلها الرئيس مع مختلف الشخصيات والهيئات الدولية والوطنية، ولا يعتقد بأهميتها، مع أنها تعرض في مقدمة النشرة قبل التفصيل في باقي مواضيع الأخبار مهما كانت درجة أهميتها.

### **3.3 المعالجة الإعلامية للأخبار واتجاهات الجمهور نحو موضوع النشرة في القناة الوطنية**

#### **للتلفزيون الجزائري:**

**01/** تعتمد نشرة الثامنة على المصادر الرسمية بشكل كبير يتفوق حتى على مصادرها الداخلية (مراسلين، مندوبين أو مبعوثين) ما يجعلها غير مستقلة بذاتها وتابعة لهذه الجهات من حيث نوع الأخبار ومواضيعها وطريقة عرضها، لذلك لا يثق الجمهور في الأخبار التي توردها ويراهها غير محايدة وتفتقد للمصداقية وتخضع لما تريده السلطة مباشرة وتخدم الدولة في المقام الأول.

**02/** يملك الجمهور اتجاهات سلبية من نشرة الثامنة فيرى أنها تعاني من ضعف في مستوى معالجة الأخبار، وتدني مستوى أطقم التغطية الميدانية، ولا تهتم بتغطية وقائع الأحداث مباشرة من موقع الحدث، وتفتقر للأنية في عرض الأحداث، وكانت الدراسة التحليلية قد بينت أن النشرة لا تغطي الأخبار بالاعتماد على التغطيات المباشرة وتشكل التغطيات التسجيلية أكبر نوع من التغطيات التي يعتمد عليها في تقديم الأخبار، كما ظهرت نسبة كبيرة من الأخبار التي قدمت دون تغطية، وقدمت الأخبار بالاعتماد على صوت المذيع فقط بنسبة كبيرة.

**03/** يملك الجمهور اتجاهات سلبية نحو نشرة الثامنة فهو يرى أنها تفتقر للاحترافية، وتعاني من ضعف مستوى الإخراج، وأظهرت نتائج الدراسة التحليلية أن العرض الإخباري يفتقر للتغطيات التمهيدية، مع ظهور نسبة معتبرة من الأخبار التي لا تتطابق فيها الصور المعروضة مع التعليق المصاحب للأخبار، وغياب بعض الأشكال الخبرية التي تعكس مدى احترافية محرري النشرة مثل التحقيق والمقابلة الحية.

04/ يملك الجمهور اتجاها سلبيا من نشرة الثامنة بحيث يرى أنها لا تغطي الأخبار بشكل متوازن ولا تغطيها بطريقة تخدم الجمهور وتبرز قضايا وهموم ومشاكل المواطنين، وأظهرت نتائج الدراسة التحليلية أن الأخبار تهتم بالأخبار السياسية وأخبار السلطة على حساب باقي المواضيع مهما كانت أهميتها.

05/ يملك الجمهور اتجاهات سلبية تجاه نشرة الثامنة ويعتقد أنها تعرض الأخبار الوطنية والمحلية بطريقة لا تعكس الواقع، أيدت نتائج الدراسة التحليلية هذا الرأي بحيث أظهرت أن الاتجاه الغالب على معالجة الأخبار الوطنية هو الاتجاه الإيجابي بنسبة كبيرة جدا، بطريقة تعرض الواقع بصورة أجمل.

06/ يرى الجمهور أن النشرة لا تغطي الأخبار الدولية وتحللها بشكل جيد، وأظهرت نتائج الدراسة التحليلية أن نشرة الأخبار تعالج الأخبار الدولية بطريقة مختلفة عن الأخبار الوطنية، بحيث يغلب على المصادر التي تعتمد عليها في تقديم الأخبار الدولية المصادر غير المحددة، كما تظهر أغلبية الأخبار بدون تغطية، ترتفع نسبة عرضها بالاعتماد على الصور التي لا تتطابق مع التعليق، وتقدم بالاعتماد على الخبر كشكل رئيسي لتقديم الأخبار الدولية بطريقة مختصرة وسريعة.

#### 4. النتائج على ضوء الدراسات السابقة:

##### 1.4 النتائج على ضوء الدراسات التي تناولت تحليل مضمون النشرات الإخبارية:

- تتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج الدراسات السابقة التي صنفت ضمن هذا المحور فيما يلي:

01/ يستغرق عرض نشرة الثامنة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري فترة زمنية طويلة مقارنة بمتوسط وقت النشرات في القنوات التلفزيونية العالمية الكبرى التي لا يزيد فيها وقت النشرة عن 15 دقيقة على أقصى تقدير، وأكدت هذه الدراسة نتائج الدراسات السابقة التي رجحت اتجاهها نحو استغراق وقت أطول يقارب دقيقة 44، هذا الوقت قد يصل إلى حدود الساعة أو أكثر في حال وجود أخبار عن نشاطات ميدانية لرئيس الجمهورية أو رئيس الحكومة، أو حدث ترعاه السلطة العليا في الدولة.

02/ يطغى على الأخبار في التلفزيون الجزائري والتلفزيونات العربية المواضيع السياسية وخاصة المواضيع الوطنية منها.

03/ يغلب على مضمون النشرات الإخبارية في التلفزيون الجزائري الطابع الرسمي والترتيب البروتوكولي للأحداث، الترتيب الذي توضع ضمنه الأحداث وتعرض بالتسلسل حسب رتبة الشخصية التي تصنع الحدث أو يدور حولها الأحداث داخل هرم السلطة.

04/ تعتمد النشرات على المصادر الخارجية للقنوات بنسبة كبيرة في الحصول على الأخبار مقابل اعتمادها بنسب قليلة على مصادرها الداخلية (مندوبين، مراسلين، مبعوثين).



05/ تغطي المعالجة الإيجابية للأخبار على اتجاه معالجة الأخبار في نشرات عينات الدراسات وتمثل الشخصيات المحورية الصدارة في التغطية الإخبارية.

06/ يهيمن الخبر على الأشكال التي يعتمد على القائمون على الأخبار لصياغة أخبار النشرات الإخبارية.

07/ ينقص تقديم النشرات التلفزيونية محل الدراسات جوانب متعددة، مثل التنوع في الأشكال الخبرية، وغياب التغطيات الحية المباشرة، عدم تطابق الصور مع التعليق بنسبة مرتفعة (أكثر من ثلث الأخبار).  
• في حين تختلف نتائج هذه الدراسة مع دراسات المحور في النقاط التالية:

01/ أظهرت نتائج هذه الدراسة هيمنة الخبر على الأشكال الخبرية الأخرى، كمؤشر من مؤشرات الضعف في معالجة الأخبار، خاصة وأن الأخبار التي تتضمنها لا تعالج وقائع آنية سريعة ومتسارعة، بل على العكس من ذلك تماما، حيث لا يظهر اهتمام القائمين عليها بضرورة توفر الآنية في الحدث، وتشكل التغطيات التسجيلية أكبر نوع من التغطيات التي يعتمد عليها في الحصول على الأخبار.

02/ لا تزال القنوات التلفزيونية تشكل مصدرا أساسيا للحصول على الأخبار بالنسبة للجمهور، لكن لم يعد التلفزيون هو المصدر الأول لمتابعتها، وأصبح الانترنت يحتل المرتبة الأولى من حيث أهمية المصادر، لتأتي بعده القنوات التلفزيونية.

03/ لم تعد تحظى نشرة الأخبار في التلفزيون الجزائري بأية مصداقية لدى الجمهور، الذي لم يعد يثق في أخبارها، ويراهها غير محايدة تماما وتخضع لإرادة النظام الحاكم مباشرة، وتخدم مصلحة السلطة بالدرجة الأولى.

#### 2.4 نتائج الدراسة على ضوء الدراسات التي تناولت المعالجة الإعلامية للأخبار:

• تلتقي نتائج هذه الدراسة مع الدراسات السابقة التي جاءت ضمن هذا المحور في مجموع النقاط التالية:

01/ تهتم القناة الوطنية للتلفزيون والقنوات الفضائية العربية بالأحداث السياسية، وتدخل ضمن أولويات المعالجة والبت، وبالتالي فهي تترتب الأولى في أجندتها الإخبارية.

02/ تميل الجماهير إلى متابعة الأخبار عبر القنوات التلفزيونية الخاصة، لاعتقادهم بانحياز القنوات العمومية إلى الأنظمة التي تملكها.

03/ يميل الجمهور إلى الاعتقاد بأن معالجة القنوات الإخبارية الخاصة والمتخصصة للأحداث الجارية مميزة وعلى قدر من المهنية، على خلاف القنوات العامة وخاصة منها العمومية التي لا تقدر على منافسة تلك القنوات ولا تقوم بتغطية جميع الأخبار ولا تحليلها بشكل جيد، وتعاني من ضعف مستوى المعالجة والإخراج.

**04/** أكدت نتائج هذه الدراسة نتائج الدراسات السابقة التي تقر باحتفاظ الخدمة الوطنية التي تقدمها القنوات العمومية بمكانة لدى مشاهديها بالرغم مما يعترها من سلبيات، بحيث يرى أغلب مفردات عينة الدراسة أن النشرة تغطي الأخبار الوطنية بشكل جيد إلى حد ما.

• **في حين جاءت نتائج هذه الدراسة مختلفة مع الدراسات السابقة ضمن هذا المحور فيما يلي:**

**01/** توصلت نتائج الدراسات السابقة إلى ارتفاع نسبة الأخبار الخاصة بالقضايا والأحداث الدولية في نشراتها، في حين أظهرت نتائج هذه الدراسة العكس، حيث لا تشغل الأخبار الدولية سوى نسبة قليلة جدا من المساحة الزمنية الكلية للأخبار وبعدها أخبار منخفض بالنسبة لباقي المواضيع الوطنية التي تقدمها نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري.

**02/** أظهرت نتائج الدراسات السابقة تميز القنوات العربية الخاصة بالشكل والمضمون وتنوع المصادر وبقدر من الموضوعية، على عكس النتائج الخاصة بالقناة الوطنية للتلفزيون التي تتميز معالجتها للأخبار بالافتقار إلى التنوع في الأشكال الخيرية، وتعتمد فيها على المصادر الرسمية بصفة تكاد تكون شبه كلية، وهي غير محايدة في طرحها وتخضع لإرادة السلطة وخدمة مصالحها.

#### **3.4 نتائج الدراسة على ضوء الدراسات التي تناولت تأثير ترتيب الأخبار على الجمهور:**

• **تتقاطع نتائج هذه الدراسة مع الدراسات السابقة ضمن هذا المحور في كون:**

**01/** القنوات التلفزيونية الخاصة والمتخصصة تنصدر القنوات التلفزيونية التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على الأخبار، لاعتقادهم بأنها تملك هامش أكبر من الحرية وتتمتع بقدر من المصداقية.

**02/** يطابق النص الإخباري الصورة المصاحبة للخبر بنسبة كبيرة في نشرات التلفزيون في عينات الدراسات.

• **وتختلف نتائج هذه الدراسة مع الدراسات السابقة التي وردت ضمن هذا المحور فيما يلي:**

**01/** أظهرت الدراسات السابقة أن الجمهور يعتبر القنوات التلفزيونية والفضائية أهم مصدر للمعلومات، في حين يرى جمهور هذه الدراسة الانترنت أهم مصدر للمعلومات والأخبار، لتترتب بعده القنوات التلفزيونية في المرتبة الثانية.

**02/** توصلت الدراسات السابقة حرص الجمهور على مشاهدة أخبار الطقس أو ما يعرف بالنشرات الجوية كأهم أنواع البرامج الإخبارية، بينما يتابع أغلبية جمهور الدراسة نشرات الأخبار المفصلة، ثم المواجيز الإخبارية وقراءة شريط الأخبار كأهم أنواع البرامج الإخبارية.

**03/** أظهرت نتائج الدراسات السابقة أن مواضيع الأخبار السياسية هي المواضيع التي يحرص المبحوثين على مشاهدتها، تأتي بعدها أخبار الحوادث، ثم الأخبار الرياضية، بينما يرى أغلبية جمهور الدراسة أن الأخبار الاجتماعية تأتي في الدرجة الأولى من حيث أهمية المتابعة تليها الأخبار الثقافية ثم أخبار الطقس في المرتبة الثالثة.

**04/** تبين من خلال دراسات هذا المحور مدى اهتمام القنوات مجال الدراسات برأي الجمهور ودراسة اتجاهاته ومساهمة صورته في بناء المعنى وتكوين بعض القيم الإخبارية التي تتضمنها الأخبار في المؤسسات العالمية الإعلامية الكبرى، بينما لا يهتم القائمون على النشرة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري بمعرفة آراء الجمهور واهتماماته ودراسة اتجاهاتهم، ليظهر الاختلاف بين ترتيب مواضيع الأخبار من حيث أولوية ظهورها في النشرة وألوية متابعتها من طرف الجمهور، كما تختلف القيم الإخبارية التي تعتمد عليها النشرة لترتيب أهمية الأحداث عن تلك القيم التي يبحث عنها الجمهور لتحديد أهمية متابعتها، فبينما تصنف الأخبار في النشرة بقيمة شهرة صانعيها، يرى الجمهور أن قيمة ضخامة الحدث هي ما يجب أن يتحدد على أساسه ظهور الخبر وترتيبه داخلها.

#### **4.4 نتائج الدراسة على ضوء الدراسات التي تناولت أطر التغطية الإعلامية:**

- تتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج الدراسات السابقة التي تضمنها هذا المحور في الآتي:  
اعتماد وسائل الإعلام والقنوات التلفزيونية على مجموعة من الأطر في تغطيتها للأحداث وعرضها للأخبار، وتختلف هذه الأطر التي تستخدمها باختلاف المواضيع المعالجة، وطبيعة الموضوع الذي يعالجه الحدث تحدد نوع الإطار المستخدم.

#### **• واختلفت هذه النتائج في مجموع النقاط التي نلخصها فيما يلي:**

**01/** أظهرت نتائج هذه الدراسات أن مفهوم نشرات الأخبار تغير خلال القرن العشرين خاصة بعد ظهور تيارات الصحافة التفسيرية والاستقصائية وصحافة التحديد والصحافة الجديدة، حيث اتسعت رقعة الأحداث واتسعت معها رقعة التغطيات الإخبارية التي أصبحت عالمية، وبرزت معها أشكال جديدة لعرض الأخبار تعتمد أساسا على التحقيقات الميدانية والتغطيات المباشرة والنشرات المتخصصة، في حين أظهرت نتائج الدراسة اعتماد نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري على الأساليب القديمة والتقليدية في عرضها للأخبار، وعدم تنوعها في الأشكال الخبرية التي لا تخرج عن الأشكال التقريرية، وتخلو تماما من الأشكال الاستقصائية مثل التحقيق والحديث والمقابلة وغيرها.

**02/** اهتمام القنوات التلفزيونية العالمية بدراسة آراء واتجاهات الجمهور وحاجاتهم ورغباتهم، التي تحدد من خلالها طبيعة العرض الإخباري ونوع القيم التي تخلله، في حين تهمل القناة الوطنية للتلفزيون هذا الجانب ولا ترى فيه ضرورة، لدرجة أصبحت أجندة أخبارها تختلف بصفة كبيرة عن أجندة واهتمامات الجمهور.

كما توصلت هذه الدراسة إلى أن النشرة في التلفزيون الجزائري تعاني من ازدواجية في المعالجة وازدواجية في العرض وازدواجية في طرح القضايا والأخبار، بالنسبة للأخبار الوطنية والأخبار الدولية، فلا تتعامل معها بنفس الطريقة ولا تلاقي نفس الدرجة من الاهتمام بمواضيعها.

#### **5. النتائج على ضوء الفرضيات:**

**- الفرضية الأولى: تهتم الأخبار في التلفزيون الجزائري في انتقائها للأحداث وترتيبها، بالتركيز على المواضيع السياسية الخاصة بالسلطة.**

مواضيع الأخبار السياسية هي أهم المواضيع في أجندة أخبار الثامنة، تخصص لها أكبر نسبة من المساحة الزمنية، وعدد أكبر من إجمالي عدد الأخبار، كما تظهر أغلبية أخبارها في عناوين النشرة وتشغل كل المساحة المخصصة للمقدمة، وتقدم هذه المواضيع قبل كل الأخبار في النشرة مهما بلغت درجة أهميتها وضخامتها، وتترتب هذه الأخبار حسب الرتبة التي تشغلها الشخصيات التي تتحدث عنها الأخبار في هرم السلطة، وتعالج مجملها باتجاه إيجابي، ومن هنا يمكن الحكم على أن الفرضية الأولى قد تحققت.

**- الفرضية الثانية: تختلف الأطر الإعلامية التي يعتمد عليها القائمون على الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري باختلاف المواضيع التي تعالجها.**

عرضت الأخبار في النشرة باستخدام أطر إعلامية مختلفة، واختلفت الأطر المستخدمة باختلاف المواضيع التي تتحدث عنها الأخبار في نشرة الثامنة، كما اختلف استخدام الأطر الإعلامية حسب المجال الجغرافي الذي تشغله الأخبار في نشرة الثامنة، لتكون الفرضية الثانية أيضا قد تحققت.

**- الفرضية الثالثة: يملك الجمهور الجزائري اتجاهات سلبية تجاه الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري.**

يملك الجمهور اتجاها سلبيا من نشرة الثامنة، فهو لا يثق في أخبارها ويرى أنها تعاني من ضعف في مستوى معالجة الأخبار وتدني مستوى أطقم التغطية الميدانية، ولا تهتم بتغطية وقائع الأحداث مباشرة من موقع الحدث وتفترق للآنية في عرض الأحداث، أنها تفترق للاحترافية، وتعاني من ضعف مستوى الإخراج، وأنها لا تغطي الأخبار بشكل متوازن ولا تغطيها بطريقة تخدم الجمهور وتبرز قضايا وهموم ومشاكل المواطنين، وأنها تعرض الأخبار الوطنية والمحلية بطريقة لا تعكس الواقع، وأن القائمون على النشرة لا يهتمون بمعرفة اهتمامات المشاهدين، ولا يقومون بإجراء بحوث للتعرف على اتجاهاتهم ورغباتهم، ما جعل ترتيب مواضيع الأخبار من حيث أولوية الظهور في النشرة كما يراه القائمون على الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون يختلف عن ترتيبها في أولويات الجمهور، وهو ما يؤكد تحقق الفرضية الثالثة.

## 6. آفاق الدراسة:

إن البحث في سبل معالجة الأخبار التلفزيونية كان وما زال يشكل هاجسا للباحثين في الإعلام والاتصال، ورغم الدراسات الكثيرة التي تناولت الموضوع فهي لا تستطيع أن تغطي كل جوانبه ولا أن تجيب عن كل الأسئلة التي يطرحها، وهذه الدراسة وإن كانت ستشكل إضافة إلى البحوث السابقة،

فهي تبقى عملا من صنع البشر لا يمكنه إلا أن يحمل جوانب للقصور تستدعي مواصلة البحث فيها، لذلك أوجه دعوة للمهتمين بهذا المجال للاستفادة من نتائج هذه الدراسة والاعتماد عليها في بحوث لاحقة، تتناول الموضوع من زوايا مختلفة، مثل البحث أكثر في العلاقة بين وسائل الإعلام السمعية البصرية والسلطة في الجزائر، والقوانين التي تنظم القطاع، والبحث في تطويرها حتى تتكيف مع المعطيات الجديدة التي يفرضها الواقع، البحث أكثر في أجندة الجمهور الجزائري والعوامل التي تؤثر على ترتيب أولوياته ومراكز اهتمامه، ودراسة حاجاته المتطورة واستخداماته للأخبار وعادات وأنماط متابعته لها، كما يمكن البحث في خصوصية دور القائم بالاتصال في الجزائر، وصورة الدولة ومؤسساتها في الخطاب الإعلامي في التلفزيون، وغيرها من الدراسات والبحوث في هذا المجال.

**خاتمة**

## خاتمة

يبدو أن النشرة المقدمة في القناة الوطنية للتلفزيون لم تتأثر بالتغيرات والتطورات التي مست المشهد الإعلامي التلفزيوني الوطني والعالمي أو لم تعبأ به، خاصة والساحة الإعلامية تشهد التنافس الكبير بين المحطات التلفزيونية، ودخول قنوات فضائية عربية وأجنبية وجزائرية إلى حياة مشاهدينا، ما أدى إلى تراجع نسب كبيرة من المشاهدين لصالح هذه القنوات المختلفة، ذلك أن استمرارها في الوجود غير مرتبط برأي الجمهور فيها، فلا تزال الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون تقدم بأساليب تقليدية، لم تعد صالحة لهذا العصر الذي يتميز بالسرعة وامتلاك التقنيات الحديثة من كاميرات واستوديوهات واستخدام الوسائط المتعددة لنقل المواد الإعلامية، والترجمة الفورية للخطب السياسية، ووضع أطقم التغطية والمراسلين في قلب الأحداث، والتنوع في طرق المعالجة والآنية في نقل الحدث، لكسب أكبر عدد من المشاهدين.

فالأخبار في النشرة المقدمة في التلفزيون الجزائري مازالت تعاني من الرتابة والجمود، وتتميز بالجدية طوال فترة عرض الأخبار والصرامة في طريقة عرضها، والسطحية في المعالجة، وعدم التنوع في المصادر والأشكال والقوالب، تقدم نسبة كبيرة من أخبارها دون تغطية ميدانية ودون صور، بطريقة تشبه إلى حد كبير تقديم الأخبار الإذاعية.

طبيعة ملكية القناة وطبيعة العلاقة التي تربطها بالدولة جعل الأخبار أداة سياسية بامتياز، تخدم السلطة في المركز الأول، وهي خاضعة مباشرة لسيطرتها، حيث تترتب مواضيع الأخبار السياسية، وأخبار نشاطات مؤسسات السلطة كأهم المواضيع في أجندتها الإخبارية، فتخصص لها أكبر مساحة زمنية، وتتقدم في عرضها على كل المواضيع مهما كانت درجة أهميتها، وتهمل القضايا المصيرية والمشاكل الحقيقية للمواطن، فلا تعكس الواقع الذي يعيشه ولا تهتم بمشاكله وقضاياها، مع أن الدور المطلوب من العمل الإخباري في التلفزيون لا يجعله بالضرورة مرآة عاكسة للواقع وإفرازاته، ولكن يحتم عليه أن يكون أكثر من ذلك، بأن يكون أداة للتغيير وإحداث تنمية فاعلة، لذلك فهو مطالب بأن يخترق المسافة التي تفصله عن الجمهور للقضاء على الفجوة القائمة بين المحتوى الذي يقدمه وما يتطلع الجمهور للحصول عليه.

ساهمت التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال في تطوير الحالة الإعلامية، بما أتاحتها من إمكانيات عديدة لصالح الجمهور، ومنحته القدرة على الانتقاء بين الوسائل الإعلامية التي يتعامل معها والقنوات التلفزيونية التي يستقبلها، مع إمكانية الوصول إلى المعلومات والحصول على الأخبار بحرية أكبر، والتحرر من التبعية إلى جهة واحدة تحتكر هذه المعلومات وتمارس قيود الرقابة والتشويش، كل هذه التغيرات أثرت على عادات الجمهور لمتابعة الأخبار وطريقة استقباله لها وتعامله معها.

ويحمل هذا الجمهور اتجاهات سلبية نحو مضمون الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون، التي لا تهتم ببحوث المشاهدين للتعرف على اتجاهاته ورغباته، لذلك لا تتوافق بعض محتوياتها مع اهتماماته،

وهو لا يثق في الأخبار التي توردها ويرأها تفتقر للمصداقية والحرية، وغير محايدة في الطرح، وتخضع لما تريده السلطة مباشرة، وتخدم الدولة بالدرجة الأولى.

هذه الصورة الباهتة التي تظهر بها الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون والتي يحملها الجمهور عنها مرشحة لأن تكون أكثر بؤسا، وهذا الوضع الذي تعمل في ظله القناة والذي تفتتت بفضل من حماية الدولة ودعمها لن يدوم طويلا، في ظل التغييرات الإعلامية الوطنية والدولية وانتشار البدائل ووفرتها وتطورها وتنوعها.

ويكمن الخطر الذي ينجر عن هذه الصورة في ابتعاد القناة الوطنية عن القيام بدورها الأساسي كقناة عمومية تساعد على التقريب بين الأفكار ووجهات النظر في المجتمع، وبالتالي إحداث إجماع تجاه قضايا وأحداث معينة، وانصرافها عن الانشغال المرتبط ببناء المجتمع بالمبالغة في مدح الذات وإظهار الجوانب المشرقة والإيجابية فيه، وابتعادها عن نقل واقع المواطن وانشغالاته، مما سيوسع من حجم الهوة بين الجمهور والقناة ويزداد عدد الذين لا يجدون ذاتهم فيها، فيبحثون عن البديل الذي سيشكلون ذاتهم من خلاله، وبالتالي سيجد الجمهور نفسه مشتتا بين أجنداث مختلفة، تختلف باختلاف توجهات أصحابها ومصالحهم والجهات التي يخدمونها، يتشتت معه الرأي العام الذي يهدد تفتيته أمن واستقرار الدولة.

---



# قائمة المراجع

قائمة المراجع:

ا. المصادر والمراجع باللغة العربية:

أ باللغة العربية:

1\_ القرآن الكريم.

2\_ أ - برتيسكي: الصحافة التلفزيونية، ترجمة أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق، ط1، 1990.

3\_ أ- بوريتسكي: الصحافة التلفزيونية، ترجمة أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق، 2009.

4\_ أ، لرامي، ب، فالي: البحث في الاتصال دراسة منهجية، ترجمة فضيل دليو وآخرون، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة.

5\_ أحمد الرفاعي: مناهج البحث العلمي: تطبيقات إدارية واقتصادية، دار وائل، عمان، الأردن، 1998.

6\_ أحمد أنور بدر: مقدمة في تكنولوجيا المعلومات وأساسيات استرجاع المعلومات، دار الثقافة العلمية للنشر والتوزيع، ط1، دت.

7\_ أحمد بدر: الاتصال بالجمهور ما بين الإعلام والدعاية والتنمية، دار المطبوعات، الكويت، 1982.

8\_ أحمد بين مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.

9\_ أحمد زكريا أحمد: نظريات الإعلام، مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2009.

10\_ أحمد زكريا أحمد: الكتابة الصحفية الإخبارية وتأثيراتها، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2008.

11\_ أديب خضور: أزمة إعلام أم أزمة أنظمة، المكتبة الإعلامية، دمشق، 2003.

12\_ أديب خضور: دراسات تلفزيونية، سلسلة المكتبة الإعلامية، دمشق، 1996.

13\_ أديب خضور: الإعلام والأزمات، دار الأيام، الجزائر، ط1، 1999.

14\_ أديب خضور: مدخل إلى الصحافة نظرية وممارسة، المكتبة الإعلامية، دمشق، ط1، 2011.

15\_ إسماعيل إبراهيم: فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، دا الشروق للنشر والتوزيع، القاهرة، 1998.

16\_ أيمن منصور ندى وشيماء ذو الفقار زغيب: دراسات في نظريات الرأي العام، المدينة برس، القاهرة، 2004.

- 17\_ بسام عبد الرحمان المشاقبة: الإعلام والسلطة، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان الأردن ، ط1، 2013.
- 18\_ بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان الأردن 2010 .
- 19\_ بسام عبد الرحمن المشاقبة: مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن 2009.
- 20\_ بيسيوني إبراهيم حمادة : دور وسائل الإعلام في صنع القرارات السياسية، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، 1993.
- 21\_ جبارة عطية: علم اجتماع الإعلام، دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2001.
- 22\_ جواد عبد الستار: اللغة الإعلامية، دراسة في صناعة النصوص الإعلامية وتحليلها، دار الهلال للترجمة، عمان، الأردن، ط1، 1998.
- 23\_ جون كورترز: التلفزيون والمجتمع، ترجمة أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق، 1999.
- 24\_ جيار العبيدي، وهادي حسين علوي: مدخل في سياسة الإعلام العربي والاتصال، مكتبة الجيل، صنعاء، اليمن، 1993.
- 25\_ جيهان أحمد رشتي: الإعلام الدولي، دار الفكر العربي، القاهرة، ب ط، ب ت.
- 26\_ جيهان رشتي: نظم الاتصال والإعلام في الدول النامية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1971.
- 27\_ حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط3، 2003.
- 28\_ حنان يوسف: الإعلام والسياسة، مقاربة ارتباطية، أطلس للنشر والتوزيع، مصر، 2006.
- 29\_ خالد مجد الدين محمد: صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية، دار الأمين، القاهرة، 2005.
- 30\_ خالد محي الدين محمد: صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية، دار الأمين للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2005.
- 31\_ خضير شعبان: مصطلحات الإعلام والاتصال، دار اللسان العربي، الجزائر، 2001.
- 32\_ رالف رزق الله: ثقافة الطفل بين التغريب والأصالة، منشورات المجلس القومي للثقافة، الرباط، المغرب، ط1، 1990.
- 33\_ رشدي طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، مفهومه، أسسه، استخداماته، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987.
- 34\_ رشيد بن يوب: دليل الجزائر السياسي، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، الجزائر، ط1، 1999.

- 35\_ رضوان بلخيري: مدخل للإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1.
- 36\_ رفعت عارف الضبع: الخبر، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2011.
- 37\_ زهير إحدادن: الصحافة الجزائرية المكتوبة، ديوان المطبوعات الجامعية، جامعة الجزائر، 1990.
- 38\_ زهير إحدادن: مدخل إلى الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1991.
- 39\_ ستيفن إيزلاير وآخرون: لعبة وسائط الإعلام، ترجمة شمدة فارح وفاروق منصور، مركز جوهرة القدس، عمان، الأردن، 1999.
- 40\_ ستيوارت ألان: ثقافة الأخبار، ترجمة هدى فؤاد، مجموعة النيل العربية، القاهرة، ط1، 2008.
- 41\_ سعد لبيب كرم شلبي: الصحافة الإذاعية، دار الحرية للطباعة، بغداد، 1972.
- 42\_ سعيد محمد السيد: إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون، عالم النشر للكتب، القاهرة، 1999.
- 43\_ سعيد محمد السيد، حسن عماد مكاي: الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، مركز جامعة التعليم المفتوح، القاهرة، 1999 .
- 44\_ سلاطنية بلقاسم، الجيلاني حسان: منهجية العلوم الاجتماعية، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، 2004.
- 45\_ سليم عبد النبي: الإعلام التلفزيوني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2010.
- 46\_ سليم عبد النبي: الإعلام التلفزيوني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
- 47\_ سمر طاهر: الإعلام في عصر العولمة والهيمنة الأمريكية، دار النهضة، مصر، ط1، 2011.
- 48\_ شريف درويش اللبان، هشام عطية عبد المقصود: مقدمة في مناهج البحث الإعلامي، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
- 49\_ صالح خليل أبو أصبع: قضايا إعلامية، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط2، 2005.
- 50\_ صالح ذياب هندي: أثر وسائل الإعلام على الطفل، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 1990.
- 51\_ صلاح عبد اللطيف: صحافة متخصصة، مكتبة الإشعاع، لبنان، ط1، 2000.
- 52\_ عامر عرفة: الأخبار والبرامج الإخبارية في الراديو والتلفزيون، مكتبة الأدب، القاهرة، 2003.
- 53\_ عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2008.

- 54\_ عبد الجواد سعيد ربيع: فن الخبر الصحفي: دراسة نظرية وتطبيقية، دار الخبر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2005.
- 55\_ عبد الحميد حيفري: التلفزيون الجزائري واقع وآفاق، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985.
- 56\_ عبد الرحمان المشاقبة: الإعلام والسلطة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2013.
- 57\_ عبد الرحمان عزّي وآخرون: عالم الاتصال، دراسات إعلامية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.
- 58\_ عبد الرحمان عزّي، السعيد بومعيزة: الإعلام والمجتمع، رؤية سوسولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية، الورسم للنشر والتوزيع، القبة، الجزائر، 2010.
- 59\_ عبد الرحمان عيساوي: الآثار النفسية والاجتماعية للتلفزيون العربي، دار النهضة للطباعة والنشر، بيروت، 1984.
- 60\_ عبد الرزاق محمد الديلمي: التحرير الصحفي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2012.
- 61\_ عبد الرزاق محمد الديلمي: الخبر في وسائل الإعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2012.
- 62\_ عبد الستار جواد: اللغة الإعلامية، دراسة في صناعة النصوص الإعلامية وتحليلها، دار الهلال للترجمة، عمان، الأردن، ط1، 1998.
- 63\_ عبد الستار جواد: فن كتابة الأخبار (عرض شامل للقوالب الصحفية وأساليب التحرير الحديثة)، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط2، 2001.
- 64\_ عبد العزيز شرف: فن التحرير الإعلامي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1980.
- 65\_ عبد الفتاح أبو معال: أثر وسائل الإعلام على الطفل، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 1997.
- 66\_ عبد الفتاح أبو معال: أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وتنقيفهم، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2006.
- 67\_ عبد الله محمد زلطة: الإعلام الدولي في العصر الحديث، دار الفكر العربي، القاهرة، 2001.
- 68\_ عبد الحميد موسى يعقوب: الموضوعية والقيم الإخبارية للإعلام، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2008.
- 69\_ عبد الملك الدنانى: البث الفضائي العربي وتحديات العمولة الإعلامية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2006.

- 70\_ عرفة أحمد عامر: الأخبار والبرامج التلفزيونية الإخبارية في الراديو والتلفزيون، مكتبة الآداب، القاهرة، 2003.
- 71\_ عزيزة عبده: الإعلام السياسي والرأي العام، دار الفجر، القاهرة 2004.
- 72\_ عظيم كامل الجميلي، ثناء إسماعيل العاني: صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية، مؤسسة دار الصادق الثقافية للطبع والنشر والتوزيع، العراق، ط1، 2012.
- 73\_ علي حسين العمار: الصحافة ونظريات التأثير، دراسة للصحافة البيئية في اليمن وتأثيرها في الصفوة، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2006.
- 74\_ عواطف عبد الرحمان: المدرسة الاشتراكية في الصحافة، دار الثقافة الجديدة، القاهرة 1985.
- 75\_ فارس عطوان: الفضائيات العربي ودورها الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2009.
- 76\_ فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، عالم الكتب، القاهرة، ط5، 2011.
- 77\_ فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 2000.
- 78\_ فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، دراسة مقارنة بين المجتمعات المتقدمة والنامية، دار الشروق، بيروت، 1981.
- 79\_ فاروق أبو زيد: فن الكتابة الصحفية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1985.
- 80\_ فاروق أبوزيد: فن الخبر الصحفي، عالم الفن، القاهرة، ط1، 2011.
- 81\_ فاروق أبو زيد: مدخل إلى علم الصحافة، عالم الكتب، القاهرة. 1997.
- 82\_ فرانس فاير: الصحافة الاشتراكية، ترجمة نوال حنبلي وآخرون، معهد الإعداد الإعلامي، دمشق، 1977.
- 83\_ فريال مهنا: نحو بلاغة إعلامية معاصرة، علوم التحرير الإعلامي وفنونه، منشورات جامعة دمشق، 1993، الجزء الثاني.
- 84\_ فضيل دليو: الاتصال، مفاهيمه، نظرياته، وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2003.
- 85\_ فلاح كاظم المحنة، سؤدد القادري: الفنون الإذاعية والتلفزيونية، دار الحرية للطباعة والنشر، بغداد، 1990.
- 86\_ قيس الياسري وآخرون: الفنون الصحفية، دار الحكمة، بغداد، ط1، 1991.
- 87\_ كارول ريتش: كتابة الأخبار والتقارير الصحفية، دار الكتاب الجامعي، العين، 2002.
- 88\_ كارولين ديانا لويس: التغطية الإخبارية للتلفزيون، ترجمة محمود شكري العدوي، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، ط1، 1993.

- 89\_ كامل خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والإعلام، التطور، الخصائص، النظريات، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، ط1، 2011.
- 90\_ كرم شلبي: المذيع وفن تقديم البرامج في الإذاعة والتلفزيون، دار الشروق، جدة، 1986.
- 91\_ كرم شلبي: معجم المصطلحات الإعلامية، مطابع الشروق، القاهرة، 1989.
- 92\_ كمال المغربي: أساليب البحث العلمي، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط4، 2011.
- 93\_ ليلى عبد المجيد، محمود علم الدين: فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2004.
- 94\_ ليلى عبد المجيد، محمود علم الدين: فن التحرير الصحفي: المفاهيم والمتطلبات والأشكال، القاهرة، بدون ناشر، 2000.
- 95\_ ماجي الحلواني: مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، عالم الكتب، القاهرة، 2002.
- 96\_ مؤيد عبد الجبار الحديثي: العولمة الإعلامية والأمن القومي العربي، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2002.
- 97\_ مجموعة من الباحثين: التلفزيون والأطفال، ترجمة أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق، ط1، 1995.
- 98\_ محمد السماك وآخرون: الأصول في البحث العلمي، مؤسسة الكتب للطباعة والنشر، الموصل، العراق، ط1، 1980.
- 99\_ محمد الطائوني: نظريات الاتصال، مكتبة الإشعاع الفني، الإسكندرية، مصر، دت، ط1.
- 100\_ محمد الفاتح حمدي، عبد القادر عراضة: إنتاج النشرات الإخبارية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2013.
- 101\_ محمد الدويري: الصحافة والصحفي المعاصر، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، ط1، 1996.
- 102\_ محمد الهاشمي: الإعلام السياسي والدبلوماسي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2008.
- 103\_ محمد سلمان الحتو: مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن ط1 2012.
- 104\_ محمد شطاح: قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيديولوجيا، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2006.
- 105\_ محمد شطاح: الإعلام التلفزيوني: نشرات الأخبار، المحتوى والجمهور، دار الكتاب الحديث، الجزائر، ط1، 2007.

- 106\_ محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983.
- 107\_ محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام اتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ط3، 2004.
- 108\_ محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة ط 1، 1997.
- 109\_ محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، ط1، 1997.
- 110\_ محمد فليحي: صناعة العقل في عصر الشاشة، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002.
- 111\_ محمد معوض: الخبر الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2000.
- 112\_ محمد معوض: الخبر في وسائل الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 1994.
- 113\_ محمد معوض، بركات عبد العزيز: الخبر الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ط1، 1996.
- 114\_ محمد منير حجاب: الإعلام والتنمية الشاملة، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، ط2.
- 115\_ محمد مهني: اللغة الإعلامية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004.
- 116\_ محمد نصير مهنا: في النظرية للمعرفة الإعلامية، المكتبة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2003.
- 117\_ محمود علم الدين: الفن الصحفي، مطبوعات قطاع الثقافة، مؤسسة أخبار اليوم، القاهرة، 2004.
- 118\_ محمود منصور هبة: قراءات مختارة في علوم الإعلام والاتصال بالجماهير، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2005.
- 119\_ مصطفى حجازي: حصار الثقافة بين القنوات الفضائية والدعوة الأصولية، المركز الثقافي العربي، المغرب، ط1، 1998.
- 120\_ مصطفى حميد كاظم الطائي: التقنيات الإذاعية والتلفزيونية، وأهميتها التطبيقية في التعليم والتعلم، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، ط1، 2007.
- 121\_ منال هلال المزاهرة: مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن ط1، 78.
- 122\_ منى حداد: أبناؤنا بين وسائل الإعلام وأخلاق الإسلام، مؤسسة الرسالة للنشر، بيروت، ط3، 1985.
- 123\_ مي العبد الله: التلفزيون وقضايا الاتصال في عالم متغير، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2006.



- 124\_ نبيل عارف الجردى: مقدمة في علم الاتصال، مكتبة الإمارات، 1980.
- 125\_ نصر الدين العياضي: اقترابات نظرية من الأنواع الصحفية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دون تاريخ.
- 126\_ نصر الدين العياضي: التلفزيون دراسات وتجارب، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، د ت.
- 127\_ نصر الدين العياضي: مسائلة الإعلام، المؤسسة الجزائرية للطباعة، الجزائر، 1991.
- 128\_ نصر الدين العياضي: مبادئ أساسية في كتابة الخبر، المؤسسة الجزائرية للطباعة، ط1، 1994.
- 129\_ نور الدين تواتي: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.
- 128\_ هيثم الهيتي: الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2008.
- 129\_ ويليام ويفرز وآخرون: الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر، ترجمة أحمد طلعت البشيشي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2005.
- 130\_ يحي هندام: تعليم الكبار ومحو الأمية، عالم الكتب، القاهرة، د ط، 1978.
- ب الأجنبية:**

- 131\_ Alain le Diberder et Nathalie Coste : Briser les chaines : Introduction a l'après télévision, Ed La découverte, Paris, 1988.
- 132\_ Bell. M: The journalism of attachment, In M. Kieran(ed) Media Ethics, London. Routledge, 1998.
- 133\_ Bernard Miège : Media et communication en Europe, Presse universitaire de Grenoble, France, 1990.
- 134\_ Bond F. Frasser : An Introduction to journalism, The Mac Millan Company, New York, 1991.
- 135\_ Caroline Moriat : La presse audio visuelle, Edit CFPJ, Paris 1993\_ 1994. 1331
- 136\_ D.A.Aaker and G.S.Day : Marketing research, Fourth Edition, Singapore, John Wilen and Sons, INC, 1990.
- 137\_ Daniel. E. Garvey, William Rivers : L'information radiotélévisée, Edit De Boeck, Bruxelles, 1987.
- 138\_ Denis Mcquail : Mcquail's mass communication Theory, 5th Ed, London, Sage Publications, 2005.

- 139\_ D.S.Tull and D.I.Hawking :Marketing research Measurement and Method, 5th, Ed, New York, Macmillan Publishing Company, 1990.
- 140\_ El khawaga. D. Le journalisme télévisuel dans le monde arabe :L'essor d'une nouvelle profession ,dans mondialisation et nouveaux medias dans l'espace arabe ,sous la direction de Franck Mermier ,Ed, Maison de l'orient et de la méditerranée, Paris, France.
- .141\_ Enrico Fuchignoni :La civilisation de l'image ,RaYot, Paris, 1996
- 142\_ Jacques Notaire et Jean Barda :Dictionnaire du multi média, 2em Edition, A For, Paris, 1996.
- 143\_ Jean Gazneuve : La télévision en 7Proés, Buchet/ Chastel. Paris, 1992.
- 144\_ John Gattung, Ruge Marie :The structure of foreign news, In Stanley Cohen and Jack Yong, Edit The manufacture of new, Social probleme and the mass media, London , Constable 1973.
- 145\_ José De Brouker :Pratique de l'information et écriture journalistique, Paris, 1995.
- 146\_ Martin Even :L'Espagne et sa télévision, INA/Champ Vallon, Paris, 1999.
- 147\_ M'Hamed Rabah : La presse Algérienne journal d'un défi , Ed Chihab, Alger, 2002.
- 148\_ Pamela Shoemaker :Gate keeping, Communication concept 3=e Newburg Park, Lodon, New delhi, Sage publications ; 1991.
- 149\_ Werner J. Severing and James W. Tankard :Communication Theories :Origins, Methods and Uses in mass media, London, Longman, 2001 .
- 150\_ Zahir Ihaddaden :La presse Musulmane Algérienne de 1830 a 1930, ENAL, Alger, 1986.

## .II القواميس والموسوعات:

- 1\_ المعجم الأبجدي، دار المشرق، بيروت، ط2.
- 2\_ المنجد في اللغة والإعلام، دار المشرق، بيروت، ط2.
- 3\_ أحمد بدوي: معجم ومصطلحات الإعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة.
- 4\_ محمد فريد محمود عزت: القاموس الموسوعي للمصطلحات الإعلامية (انجليزي عربي)، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001.
- 5\_ يوسف محمد رضا: الكامل الوسيط، قاموس عربي، فرنسي، ناشرون، لبنان.

## .III الدراسات والبحوث:

### أ\_ العربية:

- 1\_ حنان محمد إسماعيل اليوسف: المعالجة الإعلامية للقضايا العربية في شبكتي *Euronews* و *CNN*، رسالة دكتوراه مقدمة بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2001.
- 2\_ خالد صلاح الدين حسن علي: دور التلفزيون والصحف في تشكيل معلومات واتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية، دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2001
- 3\_ رحيمة عيساني: الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية، الشباب الجامعي بالجزائر نموذجا، رسالة دكتوراه (غير منشورة)، جامعة الجزائر، 2005\_2006.
- 4\_ رعد جاسم حمزة الكعبي: الأخبار المحلية في تلفزيون العراق، دراسة في صناعة الخبر (برنامج جريدة المساء الإخباري اليومي) نموذجا، أطروحة دكتوراه مقدمة بقسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة بغداد، سنة 2000.
- 5\_ صفاء محمد: معالجة القنوات الإخبارية العربية المتخصصة للأحداث السياسية الجارية واتجاهات النخبة المصرية نحوها، رسالة دكتوراه مقدمة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007.
- 6\_ عربي محمد صالح: تأثير صياغة الأخبار على تذكر المضمون، دراسة تجريبية على عينة من الطلبة العرب في مصر، رسالة دكتوراه غير منشورة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2005.
- 7\_ قدري علي عبد المجيد عبد النبي: تأثير المعالجة الإعلامية لقضايا حقوق الإنسان على معارف واتجاهات الجمهور المصري، رسالة دكتوراه مقدمة بقسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007.
- 8\_ محمد شطاح: النشرة الإخبارية المقدمة في التلفزيون الجزائري، دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه في الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2003\_2004.
- 9\_ نرمين زكرياء إسماعيل خضر: المعالجة الإعلامية للأحداث الدولية، دراسة على عينة من وسائل الإعلام المصرية والأمريكية، رسالة دكتوراه مقدمة بقسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2006.
- 10\_ نهى عاطف عدلي العبد: دور نشرات الأخبار في القنوات العربية في ترتيب أولويات الرأي العام المصري نحو القضايا المصرية والعربية، باحثة بالأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام بالقاهرة، دراسة منشورة بمجلة الفن الإذاعي، مجلة تصدر على اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري، العدد 185، جانفي 2007.

- 11\_ هالة محمد إسماعيل بغدادي: المتغيرات المؤثرة على تغطية القضايا العربية في القنوات العربية الإخبارية، دراسة مقارنة بين قناة الجزيرة وقناة النيل للأخبار المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007.
- 12\_ هيثم هادي نعمان الهيتي: الإعلام الإخباري في التلفزيون (دراسة في قناة العراق الفضائية)، أطروحة دكتوراه مقدمة في قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة بغداد، سنة 2000.
- 13\_ يوسف تمار: نظرية Agenda setting دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية في المجتمع الجزائري، أطروحة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005.

#### ب\_ الأجنبية:

- 14\_ Dwerth, Palmayer, Dwight, Walter: An analysis of the impact of audience on news: A multiple approach (Television audience, news paper audience), North western University, 1994.
- 15\_ Frederick Fico and Eric Freedman: Setting the news story Agenda: Candidates and Commentators in news coverage of a governor's Race, Journalism and Mass communication Quarterly, Vol, 78 ; n=3(2001).
- 16\_ Holli A. Semotko and Patti M. Valkenburg: Framing European Politics, a content analysis of press and Television News, Journal of communication, Vol 50, n=2, 2000 .
- 17\_ Kevin G Barnhurst and Dina Mutz: American journalism and the decline in entent-centred Reporting, Journal of communication, Vol 47, n=4 1997.
- 18\_ M. Mark Miller, Julie.L. Andsager and Bonnie.F. Riechert: Framing the condidates in Présidentiel primarise : Issues and Image in presso realises and News coverage, Journalism and mass communication Quarterly, Vol 75, n=2, 1998 .
- 19\_ Michael B. Sawlem: Effect of accumulation of couvrage on issue salience in agenda setting, Journalism Quarterly, 1988, Vol, 65 ; no ; 1 .
- 20\_ Shanto Iyengar and Adam Simon: News coverage of the Golff crisis and Public opinion, Study of Agenda setting, Priminnng and Framing, Communication Research, Vol 20, 1993 ; No 3.
- 21\_ Regina.G.Lawrence: Game framing the issues: Traching the strategy Frame in public policy news, Political communication, Vol 17, n=2, 2000 .

١٧. المجلات والدوريات:

#### أ\_ العربية:

- 1\_ السعيد بومعيزة: عملية إنتاج الأخبار في التلفزيون الجزائري (نشرة الثامنة)، دراسة حالة، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 04(1990).
- 2\_ تقرير حول وضعية وسائل الإعلام وحرية الصحافة في الجزائر، الفيدرالية الدولية للصحفيين، الجزائر، الجزائر، 1999.

- 3\_ الدليل الاقتصادي والاجتماعي، الوكالة الوطنية للنشر والإشهار، الجزائر، 1989.
- 4\_ محمد شطاح: التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال وتأثيرها على النشرات الإخبارية في التلفزيون، مجلة الإذاعات العربية، تصدر عن اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد 03، 2005.
- ب\_ الأجنبية:
- 5\_ Barnow. E : Tube of plenty, New york, Oxford University Press, 2<sup>nd</sup> Edit, 1990.
- 6\_ Brahim Brahimi : La liberté de l'information à travers les deux codes de la presse 1982-1990, Revue Algérienne de la communication, N=°6\_7, (1992).
- 7\_ Charron Jean, De Bouville Jean : De la théorie du terrain, model explicatif de l'évolution du journal télévisé du Québec, Les études de communication publique N=18, Université de Laval, 2005.
- 8\_ D'aiguillon Benoit : Journal télévisé et nouvelle technologie, chronique d'une mort annoncée ? Les cahiers du journalisme ,N=5, Decembre 1998.
- 9\_ Daniel Le Bœuf, Corine Mégy : Le nouveau paradoxe de la programmation : Cibler et rassembler, INA, Dossier de l'audiovisuel, N=°79, Mai\_Juin, Paris, 1998.
- 10\_ Gamson. W.A : News as framing, American Behavioral Scientist, Vol 33, 1989, No 2 .
- 11\_ Jacques Mousseau : La programmation d'une chaine de la télévision, communication et langage, N=° 80, Paris, 1989.
- 12\_ Jacques Mousseau : La programmation d'une chaine de télévision, Communication et langage, N=°80 ; 2em trimestre , France, 1989.
- 13\_ Rapport annuel d'activité de l'établissement .ENTV. 1996.
- 5\_ المواثيق والدساتير:
- 1\_ الميثاق الوطني 1986.
- 2\_ قانون الإعلام 1990، المجلس الأعلى للإعلام، الجزائر.
- 3\_ قانون الإعلام 1990، النصوص التأسيسية، المجلس الأعلى للإعلام.
- 4\_ المشروع التمهيدي لقانون الإعلام 2002.
- 5\_ قانون الإعلام 1982، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1982.
- 6\_ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، دستور الجمهورية 1963.
- 7\_ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الصادرة بتاريخ 1987/4/8 (Journal officiel)
٧. المواقع الإلكترونية:
- 1\_ W.W.W.m-w.com /dictionary.htm (22:30 على الساعة 2013/أفريل/23) تاريخ الدخول
- 2\_ عبد الله بن ناصر الحمود، جمهور وسائل الاتصال العولمي من يؤثر بالآخر؟ دراسة منشورة على الرابط التالي: W.W.W.bab.COM/persons / show-practicle.cfm?article-id=54 تاريخ الدخول (26 مارس 2014 على الساعة 21:00).
- 3\_ الموقع الإلكتروني للمؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري: HTTP://WWW.entv.dz

4\_ الموقع الالكتروني للمركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلا:  
<http://WWW-centreuniv.mila.dz>.

5\_(منتديات الشروق) [WWW.echouroukOnline.com](http://WWW.echouroukOnline.com) 2016/02/18، الساعة:14:23.

# قائمة الملاحق



كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي بصري  
قسم الاتصال والعلاقات العامة

استمارة بحث ميداني حول:

## المعالجة الإعلامية للأخبار في التلفزيون الجزائري

دراسة تحليلية لمحتوى القناة التلفزيونية الرئيسية الجزائرية

—  
بسمه فنور

إشراف: أ.د./إدريس بولكعبيات      أستاذ التعليم العالي جامعة قسنطينة (3)

**ملاحظة:** بيانات هذه الاستمارة سرية، ولن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي، لذا نرجو تعاونكم مع الطالبة من خلال الإجابة الصريحة على الأسئلة الواردة.  
تتم الإجابة على أسئلة الاستمارة من خلال وضع علامة (x) أمام الإجابة أو الإجابات الملائمة، وترقم الإجابات من (1 إلى...) في حالة الأجوبة عن الترتيب.

شكرا على تعاونكم



**المحور الأول: البيانات الشخصية**

- 1\_ الجنس: ذكر  أنثى
- 2\_ السن: من 18 إلى أقل من 23 سنة   
من 23 إلى أقل من 30 سنة   
أكبر من 30 سنة
- 3\_ المستوى الدراسي: ليسانس  ماستر
- 4\_ التخصص: .....

**المحور الثاني: عادات وأنماط التعرض للأخبار**

5\_ هل تتابع الأخبار في وسائل الإعلام؟

نعم  لا

6\_ إذا كانت إجابتك بنعم، ما هي المصادر التي تعتمد عليها في الحصول على الأخبار؟

القنوات التلفزيونية  المحطات الإذاعية  الصحف  المجلات   
الإنترنت  مصادر أخرى أذكرها: .....

7\_ رتب المصادر التي تعتمد عليها للحصول على الأخبار من الأكثر اعتمادا إلى الأقل اعتمادا حسب نسبة اعتمادك على كل مصدر. (ضع رقم في الخانة المناسبة من 1 إلى ... حسب ترتيبك لها):

القنوات التلفزيونية  المحطات الإذاعية  الصحف  المجلات   
الإنترنت  المصادر الأخرى إن وجدت

8\_ تتابع الأخبار عبر:

التلفزيون  الهاتف النقال  اللوحة الإلكترونية  جهاز الإعلام الآلي المحمول

9\_ تتابع الأخبار بصفة:

دائمة  متقطعة  حسب الظروف

10\_ من بين القنوات التلفزيونية الجزائرية التالية، ما هي القنوات التي تعتمد عليها للحصول على الأخبار؟

Canal Algérie  القناة الأرضية  الجزائرية الثالثة  قناة النهار   
قناة الجزائرية  قناة الشروق  قناة المغاربية  قناة البلاد   
قناة الهدف  لا أشاهد أية قناة جزائرية  قنوات أخرى أذكرها: .....

11\_ هل تشاهد أخبار الثامنة في التلفزيون الجزائري؟

دائما  أحيانا  أبدا

أ\_ إذا كانت إجابتك دائما، ما هي آخر مرة شاهدت فيها أخبار الثامنة في التلفزيون الجزائري؟

البارحة فقط  منذ حوالي أسبوع  منذ حوالي شهر  أكثر من شهر

ب\_ في حال الإجابة بأحيانا أو أبدا، منذ متى لم تشاهد أخبار الثامنة في التلفزيون الجزائري؟

منذ سنة  منذ سنتين  أكثر من سنتين

12\_ ما هي الأوقات التي تفضل فيها متابعة الأخبار؟

الفترة الصباحية  فترة الظهيرة  الفترة المسائية  في السهرة

13\_ أين تتابع الأخبار؟

في المنزل  في المكتب  في المقهى  في مقهى الانترنت  حسب الظروف

أماكن أخرى أذكرها:.....

14\_ تتابع الأخبار

بمفردك  مع جماعة الأصدقاء  مع جماعة الزملاء  مع أفراد أسرتك

15\_ تتابع الأخبار التلفزيونية عبر:

التلفزيون  الموقع الإلكتروني للقناة  مواقع التواصل الاجتماعي

16\_ كيف تتابع الأخبار التلفزيونية؟

عبر نشرات الأخبار المفصلة  عبر الموجيز الإخبارية  الحصص الخاصة

عبر قراءة شريط الأخبار

17\_ إذا كنت من متابعي نشرات الأخبار المفصلة، فهل تتابع نشرات الأخبار كاملة؟

نعم  لا

18\_ عند متابعتك نشرات الأخبار المفصلة فإنك:

تشاهد العناوين فقط  تكتفي بمشاهدة الأخبار التي تهتمك

تشاهد النشرة من البداية حتى النهاية

المحور الثالث: مراكز اهتمام الجمهور (أفراد العينة) من خلال متابعة الأخبار.

19\_ ما هي الأخبار التلفزيونية التي تفضل مشاهدتها؟

الأخبار الوطنية  الأخبار المحلية  الأخبار العربية  الأخبار العالمية

كلها معا

20\_ رتب نوع الأخبار التي تهتم بمشاهدتها من الأكثر أهمية إلى الأقل أهمية بالنسبة لك (ضع الأرقام

من 1 إلى في الخانة المناسبة).

الأخبار الوطنية  الأخبار المحلية  الأخبار العربية  الأخبار العالمية

لا يهم الترتيب

21\_ ما هي مواضيع الأخبار التلفزيونية التي تثير اهتمامك وتفضل متابعتها؟

- سياسية  اجتماعية  اقتصادية  أمنية  علمية  ثقافية   
رياضية  أخبار الصراعات والحروب  أخبار الحوادث والكوارث  أخبار الطقس   
كلها معا

22\_ رتب هذه المواضيع حسب أهميتها لديك من الأكثر أهمية إلى الأقل أهمية (من 1 إلى ..).

- سياسية  اجتماعية  اقتصادية  أمنية  علمية  ثقافية   
رياضية  أخبار الصراعات والحروب  أخبار الحوادث والكوارث  أخبار الطقس   
لا يهم الترتيب

23\_ ما هي مواضيع الأخبار السياسية التي تثير اهتمامك وتفضل متابعتها؟

- الأخبار السياسية الوطنية  الأخبار السياسية العربية  الأخبار السياسية العالمية   
كل المواضيع

24\_ رتب حسب أهميتها لديك مواضيع الأخبار السياسية من الأكثر أهمية إلى الأقل أهمية (من 1

إلى .... في الخاتمة المناسبة).

- الأخبار السياسية الوطنية  الأخبار السياسية العربية  الأخبار السياسية العالمية   
لا يهم الترتيب

25\_ ما هي مواضيع الأخبار السياسية الوطنية التي تهتم لها وتفضل متابعتها؟

- برقيات رئاسة الجمهورية  النشاط الرئاسي  نشاط رئيس الحكومة   
النشاط الوزاري  النشاط البرلماني  نشاطات الأحزاب   
نشاطات الجماعات المحلية  كلها معا

26\_ رتب مواضيع الأخبار السياسية الوطنية من الأكثر أهمية إلى الأقل أهمية بالنسبة لك (ضع رقم

من 1 إلى ... في الخانة المناسبة).

- برقيات رئاسة الجمهورية  النشاط الرئاسي  نشاط رئيس الحكومة   
النشاط الوزاري  النشاط البرلماني  نشاطات الأحزاب   
نشاطات الجماعات المحلية  لا يهم الترتيب

27\_ ما نوع الأخبار التي تفضل أن تشاهدها في النشرات الإخبارية التلفزيونية؟

- على أساس المجال الجغرافي الذي تشغله (وطنية، محلية، ثم دولية).  
 - على أساس نوع المواضيع (سياسية، اقتصادية، اجتماعية، ثم متفرقات).  
 - على أساس رتب الشخصيات الفاعلة (رئيس الجمهورية، رئيس الحكومة، ... الخ).  
 - على حسب ضخامة وأهمية الحدث.  
 - لا يهم النوع أبدا.

\_ أخرى أذكرها:.....

**المحور الرابع: اتجاهات الجمهور (أفراد العينة) نحو نشرة الثامنة في التلفزيون**

**الجزائري. ( ضع علامة × أمام الخانة المناسبة)**

**أ. العبارات الإيجابية.**

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارات
					1_ توفر نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري كل المعلومات لمعرفة ما يدور حول الأحداث.
					2_ تنافس النشرة في التلفزيون الجزائري النشرات في القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.
					3_ تنافس النشرة في التلفزيون الجزائري النشرات في القنوات الفضائية العربية.
					4_ تنافس النشرة في التلفزيون الجزائري النشرات في القنوات الدولية الكبرى.
					5_ تهتم نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري بتفاصيل الأخبار الوطنية.
					6_ تغطي نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري جميع الأخبار بشكل يخدم الجمهور.
					7_ تهتم نشرة الثامنة بالأخبار التي تبرز قضايا وهموم ومشاكل المواطنين.
					8_ تغطي نشرة الثامنة وتحلل الأخبار الوطنية بشكل جيد.
					9_ تغطي نشرة الثامنة وتحلل الأخبار المحلية بشكل جيد.
					10_ تغطي نشرة الثامنة وتحلل الأخبار الدولية بشكل جيد.
					11_ تتميز الأخبار في نشرة الثامنة بمساحة حرية كبيرة.

قائمة الملاحق

					12_ يقوم التلفزيون الجزائري بتغطية وقائع الأحداث الهامة مباشرة من موقع الحدث.
					13_ تتميز الأخبار في نشرة الثامنة بمصداقية كبيرة.
					14_ تعالج الأخبار في نشرة الثامنة بطريقة احترافية.
					15_ تنقل نشرة الثامنة الأخبار في وقتها.
					16_ تغطي نشرة الثامنة أخبار كل مناطق الوطن بشكل متوازن.
					17_ تغطي الأخبار في نشرة الثامنة نشاطات الأحزاب السياسية بشكل متوازن، بحيث تغطي أخبار المعارضة بنفس الطريقة التي تغطي بها أخبار الموالات.

ب. العبارات السلبية.

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارات
					1_ تعاني نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري من تدني مستوى الأداء في البرنامج والإخراج مقارنة بالتلفزيونات العربية والدولية والتلفزيونات الجزائرية الخاصة.
					2_ تبرز نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري الأخبار الخاصة بالنشاط الحكومي على حساب الأخبار الأخرى مهما كانت مهمة.
					3_ تهتم نشرة الثامنة بأخبار المناطق والولايات الكبرى على حساب أخبار المناطق النائية.
					4_ تفتقر النشرة في التلفزيون الجزائري للجرأة والصراحة في معالجة الأخبار.
					5_ تعاني نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري من ضعف مستوى معالجة الأخبار.
					6_ تعاني نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري من تدني مستوى أطقم التغطية الإعلامية.

قائمة الملاحق

					7_ تعاني نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري من تدني مستوى التقديم.
					8_ تتخلف نشرة الثامنة عن تغطية بعض الأحداث المحلية الهامة.
					9_ تتميز معالجة الأخبار في نشرة الثامنة بالروتينية والسطحية.
					10_ تخضع الأخبار في نشرة الثامنة مباشرة لما تريده السلطة.
					11_ تتميز معالجة الأخبار في نشرة الثامنة بعدم الجدية.
					12_ لا تتوافق بعض محتويات نشرة الثامنة في التلفزيون الجزائري مع اهتمامات المشاهدين.
					13_ لا يجري القائمون على نشرة الثامنة بحوث المشاهدين للتعرف على اتجاهاتهم ورغباتهم.
					14_ تتميز التغطية الإعلامية في نشرة الثامنة بأنها متحيزة.
					15_ الأخبار في نشرة الثامنة لا تقول الحقيقة خاصة فيما يتعلق بالأخبار الوطنية.
					16_ تنقل أخبار الثامنة بعض الأخبار الهامة دون أن ترفقها بصور عن الحدث.
					17_ لا يمكن الوثوق في الأخبار التي توردها نشرة الثامنة لأنها غير محايدة وتخدم الدولة بالدرجة الأولى.

الملاحق رقم 02 / استمارة تحليل المحتوى لنشرات الأخبار في التلفزيون

أ/بيانات أولية:

اليوم:.....

التاريخ:.....

ب/فئات الموضوع:

1\_مواضيع الأخبار التي وردت في نشرة الثامنة.

سياسية  اجتماعية  اقتصادية  ثقافية  أمنية  علمية  رياضية   
أخبار الصراعات والحروب  أخبار الحوادث والكوارث  الطرائف والغرائب

2\_ مواضيع الأخبار في نشرة الثامنة حسب المجال الجغرافي الذي تشغله.

أخبار وطنية  أخبار دولية

3\_ مواضيع الأخبار الدولية حسب المجال الجغرافي الذي تشغله.

أخبار عربية  أخبار إفريقيا  أخبار أوروبا  أخبار المنظمات الدولية   
أخبار بقية مناطق العالم

4\_ مواضيع الأخبار الوطنية في نشرة الثامنة.

سياسية  اجتماعية  اقتصادية  ثقافية  أمنية  حوادث وكوارث   
علمية  رياضية  تاريخية  أعياد ومناسبات دينية  المتابعات القضائية

5\_ مواضيع الأخبار الدولية في نشرة الثامنة.

سياسية  اجتماعية  اقتصادية  ثقافية  أمنية  حوادث وكوارث   
علمية  صراعات وحروب  رياضية

6\_ مواضيع الأخبار السياسية الوطنية في نشرة الثامنة.

أخبار النشاط الرئاسي  نشاط الحكومة  النشاط الوزاري  النشاط البرلماني   
نشاطات الأحزاب السياسية  نشاطات وزارة الخارجية  نشاطات الجماعات المحلية   
نشاطات المنظمات الوطنية

7\_ مواضيع القضايا العربية التي وردت في نشرة الثامنة.

أخبار القضية الفلسطينية  أخبار سوريا  أخبار الثورة التونسية  أخبار العراق   
أخبار ليبيا  قضية الصحراء الغربية  أخبار اليمن  أخبار مصر

8\_ المواضيع الاقتصادية التي وردت في نشرة الثامنة.

المشاريع الاستثمارية الجديدة

المشاريع التنموية

9\_ مواضيع الأخبار الاجتماعية التي وردت في نشرة الثامنة.

- أخبار الخدمات  
 الأخبار الإنسانية

10\_ مواضيع الأخبار الرياضية التي وردت في نشرة الثامنة.

- أخبار كرة القدم أخبار  الرياضات الجماعية  أخبار الرياضات الفردية

11\_ فئة أنواع المصادر التي اعتمد عليها في تغطية أنواع مواضيع الأخبار في نشرة الثامنة.

- رسمية  وكالة الأنباء الجزائرية  وكالات الأنباء الأجنبية   
مندوبون أو مبعوثون  غير محددة

12\_ فئة القيم السائدة حسب مواضيع الأخبار في نشرة الثامنة.

- الجدة  الأنية  الضخامة  الشهرة   
القرب المكاني  الصراع  التنمية  الواقعية   
الإثارة والغرابة  التوقع أو النتائج  الاهتمامات الإنسانية

13\_ القيم السائدة في عناوين النشرة.

- الجدة  الأنية  الضخامة  الشهرة  القرب المكاني  الصراع   
التنمية  الواقعية  الإثارة والغرابة  التوقع أو النتائج  الاهتمامات الإنسانية

ج/فئات الشكل.

14\_ توزيع عدد الأخبار في نشرة الثامنة.

- عدد الأخبار الكلي  عدد الأخبار في العناوين  عدد الأخبار في جسم النشرة   
عدد الأخبار الواردة في الخاتمة  عدد الأخبار في المقدمة

15\_ ترتيب مواضيع الأخبار في نشرة الثامنة.

- عناوين  مقدمة  جسم  خاتمة   
مواضيع الأخبار

16\_ المجال الجغرافي الذي تشغله مواضيع الأخبار التي وردت في نشرة الثامنة.

- أخبار وطنية  أخبار دولية

17\_ مواضيع الأخبار السياسية الوطنية التي وردت في عناوين نشرة الثامنة.

- أخبار النشاط الرئاسي  نشاط الحكومة  النشاط الرئاسي  النشاط البرلماني   
نشاطات الأحزاب السياسية  نشاطات وزارة الخارجية  نشاطات الجماعات المحلية   
نشاطات المنظمات الدولية







23\_ اتجاه معالجة أخبار نشرة الثامنة حسب المجال الجغرافي الذي تشغله الأخبار.

حيادي	سلبى	إيجابي	مجال الأخبار
			وطنية
			محلية
			دولية

24\_ اتجاه معالجة الأخبار حسب المواضيع التي وردت في النشرة.

إيجابي  سلبى  حيادي

25\_ اتجاه المعالجة مواضيع الأخبار السياسية الوطنية التي وردت في نشرة الثامنة.

إيجابي  سلبى  حيادي

26\_ نوع الصور المصاحبة للأخبار في نشرة الثامنة.

صور فيلمية عن الحدث  خريطة أو موقع  شخصية  أرشيف   
صورة ثابتة  بدون صورة

27\_ فئة نوع الصور المصاحبة للأخبار في نشرة الثامنة حسب المجال الجغرافي الذي تشغله.

صور فيلمية عن الحدث  خريطة أو موقع  شخصية  أرشيف   
صورة ثابتة  بدون صورة

28\_ فئة توضح تطابق الصور مع التعليق.

الصورة مطابقة للتعليق  الصورة غير مطابقة للتعليق

29\_ أنواع التغطيات الإخبارية التي يعتمد عليها لتقديم الأخبار في نشرة الثامنة.

تغطية حية على الهواء مباشرة  تغطية تسجيلية  تغطية تمهيدية

30\_ فئة مستويات اللغة المستخدمة في التغطية الإخبارية للمواضيع.

لغة عربية فصحي  لغة عربية دارجة  لغة فرنسية  لغة أمازيغية

31\_ نوع الصوت المصاحب للأخبار في نشرة الثامنة.

صوت المعلق فقط  صوت المعلق مع صوت الشخصيات الفاعلة في الحدث   
صوت المذيع فقط  صوت المذيع مع صوت الشخصيات الفاعلة في الحدث   
صوت الحدث الطبيعي

32\_ المساحة الزمنية التي تشغلها مواضيع الأخبار في نشرة الثامنة.

سياسية  اجتماعية  اقتصادية  ثقافية  أمنية  علمية  رياضية   
أخبار الصراعات والحروب  أخبار الحوادث والكوارث  الطرائف والغرائب

33\_ المساحة الزمنية التي تشغلها مواضيع الأخبار الوطنية في نشرة الثامنة.

سياسية  اجتماعية  اقتصادية  ثقافية  أمنية  حوادث وكوارث   
علمية  رياضية

34\_ المساحة الزمنية التي تشغلها مواضيع الأخبار حسب المجال الجغرافي للمواضيع في نشرة الثامنة.

أخبار وطنية  أخبار دولية

35\_ المساحة الزمنية التي يشغلها كل جزء من أجزاء نشرة الثامنة.

العناوين  المقدمة  الجسم  الخاتمة  الجينيريك

---

